

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMILIK AKUN  
INSTAGRAM YANG DIPERJUALBELIKAN JASA PENAMBAH  
*FOLLOWERS* INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH)



Disusun Oleh:

**FITRI LESTARI**

**NIM. 1602130094**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA**

**FAKULTAS SYARIAH**

**PROGAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**TAHUN 2020 M / 1441 H**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Akun Instagram yang Diperjualbelikan Jasa Penambah Followers Instagram**

Nama : Fitri Lestari

NIM : 160 213 0094

Fakultas : Syariah

Jurusan : Syariah

Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah

Jenjang : Strata 1 (S1)

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, dapat disetujui untuk disidangkan oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Syari'ah IAIN Palangka Raya.

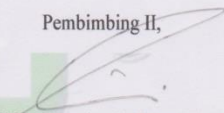
Palangka Raya, 23 Juni 2020

Menyetujui:

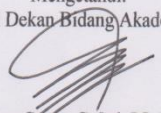
Pembimbing I,

  
**Dr. Syarifuddin, M. Ag.**  
NIP. 19700503200112002


Pembimbing II,

  
**Laili Wahyunita, S. Kom, M. Cs**  
NIP. 198810302018012001

Mengetahui:  
Wakil Dekan Bidang Akademik,

  
**Drs. Surva Sukti, M.A.**  
NIP. 196505161994021002

Ketua Jurusan Syari'ah

  
**Munib, M. Ag.**  
NIP. 19609071990031002

## NOTA DINAS

Hal: **Mohon Diujikan Skripsi**  
**Saudari Fitri Lestari**

Palangka Raya, 23 Juni 2020

Kepada,  
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi  
IAIN Palangka Raya  
di-  
Palangka Raya

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Fitri Lestari

Nim : 160 213 0094

Judul : Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Akun Instagram yang Diperjualbelikan Jasa Penambah *Followers* Instagram

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I,

Dr. Syarifuddin, M. Ag.  
NIP. 19700503200112002

Pembimbing II,

Laili Wahyunita, S. Kom, M. Cs  
NIP. 198810302018012001

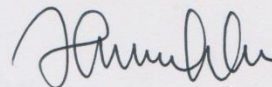
## PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Akun Instagram yang Diperjualbelikan Jasa Penambah *Followers* Instagram  
Nama : Fitri Lestari  
NIM : 160 213 0094  
Fakultas : Syariah  
Jurusan : Syariah  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Telah diujikan dalam Sidang/Munaqasah Tim Penguji Skripsi Fakultas Syari'ah IAIN Palangka Raya pada:  
Hari : Selasa  
Tanggal : 23 Juni M / 02 Dzulqaidah 1441 H

### Tim Penguji:

1. Norwili, M. H. I  
Pimpinan Sidang/Penguji (.....)
2. Hj. Tri Hidayati, M. H  
Penguji I (.....)
3. Dr. Syarifuddin, M. Ag.  
Penguji II (.....)
4. Laili Wahyunita, S. Kom, M. Cs  
Sekretaris Sidang/Penguji (.....)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Syari'ah  
IAIN Palangka Raya,



Dr. H. Abdul Helim, M.Ag.  
NIP. 197704132003121003



# **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMILIK AKUN INSTAGRAM YANG DIPERJUALBELIKAN JASA PENAMBAH *FOLLOWERS* INSTAGRAM**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya jual beli *followers* instagram yang memperjualbelikan akun tanpa sepengetahuan dan izin dari pemilik akun. Penjual *followers* hanya menggunakan sebuah *software* untuk melakukan penambahan, kemudian akun instagram secara otomatis akan bertambah pada akun instagram pembeli *followers* sehingga menimbulkan pertanyaan tentang perlindungan hukum terhadap pemilik akun yang diperjualbelikan tanpa izin. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis praktik pengambilan akun dan perlindungan hukum terhadap transaksi jual beli *followers*. Penelitian ini adalah penelitian hukum normatif-empiris yang menggunakan bahan fakta empiris yang diambil dari perilaku manusia dan juga kepustakaan yang dikemas dengan analisis deskriptif kualitatif. Adapun metode pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa objek yang diperjualbelikan dalam transaksi jual beli *followers* instagram merupakan akun instagram milik orang lain, dan tanpa sepengetahuan oleh pemilik akun, sehingga hal tersebut tidak sesuai dengan teori hak kepemilikan bahwa seseorang dapat dikatakan pemilik penuh terhadap barang apabila melakukan suatu syarat untuk mendapatkan hak kepemilikan. Apabila dikaji menggunakan teori perlindungan hukum represif penjual *followers* instagram telah melanggar ketentuan pasal 32 ayat (1) dan (2) sehingga sesuai dengan pasal tersebut maka penjual *followers* dapat dituntut dengan pasal 48 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Selain itu apabila dikaji dengan teori preventif perlindungan hukumnya terdapat dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 Pasal 2 Ayat (1) dan (2) serta Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Pasal 26 ayat (1) dan (2) ketentuan ini memuat dua dasar legitimasi pemrosesan data pribadi yaitu atas *consent* (persetujuan) orang yang bersangkutan dan atas norma hukum positif atau peraturan perundang-undangan.

**Kata Kunci :** Perlindungan Hukum, Jual beli, *Followers* Instagram.

## **LEGAL PROTECTION OF INSTAGRAM ACCOUNT OWNERS FOR SALE OF FOLLOWERS INSTAGRAM ADDITION SERVICES**

### **ABSTRACT**

*This research is motivated by the buying and selling of Instagram followers who trade accounts without the knowledge and permission of the account owner. Followers of sellers only use a piece of software to make additions, then the Instagram account will automatically be added to the Instagram buyer followers account, raising questions about the legal protection of account owners who are traded without permission. This study aims to describe and analyze the practice of taking accounts and legal protection of followers buying and selling transactions. This research is a normative-empirical legal research that uses empirical facts taken from human behavior and also literature which is packaged with descriptive qualitative analysis. The data collection method uses the documentation and interview methods. The results of this study indicate that the objects traded in the buying and selling transactions of Instagram followers are Instagram accounts belonging to someone else, and without the knowledge of the account owner, so it is not in accordance with the theory of ownership rights that a person can be said to be the full owner of the goods if making a condition to get ownership rights. If it is examined using the repressive legal protection theory, instagram follower sellers have violated the provisions of article 32 paragraph (1) and (2) so that according to the article the seller followers can be prosecuted by article 48 paragraph (1) and (2) of the Information and Transaction Law Electronic. In addition, if reviewed with the theory of preventive legal protection contained in the Regulation of the Minister of Communication and Information No. 20 of 2016 Article 2 Paragraphs (1) and (2) as well the Information and Electronic Transaction Law in Article 26 Paragraphs (1) and (2) of this provision contain two basis for the legitimacy of processing personal data, namely the consent of the person concerned and the norm positive law or statutory regulation.*

**Keywords :** Legal Protection, Buying and Selling, Instagram Followers.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Akun Instagram Yang Diperjualbelikan Jasa Penambah *Followers* Instagram, alhamdulillah akhirnya dapat diselesaikan. Shalawat serta salam tidak lupa kita haturkan kepada junjungan kita baginda Nabi besar Muhammad Saw.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tersusunya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak. Selanjutnya pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Rektor IAIN Palangka Raya, Bapak Dr. H. Khairil Anwar M.Ag. sebagai penanggung jawab penuh terhadap berlangsungnya proses belajar mengajar di lingkungan IAIN Palangka Raya.
2. Bapak Dr. H. Abdul Helim, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Palangka Raya atas segala pelayanan yang diberikan kepada seluruh mahasiswa di naungan Fakultas Syariah.
3. Bapak Munib, M.Ag selaku Ketua Jurusan Fakultas Syariah dan dosen pemimbing akademik yang selalu membimbing dan memberikan motivasi.
4. Bapak Dr. Syarifuddin, M. Ag selaku pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing serta memberikan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Laili Wahyunita, M. Cs selaku pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing serta memberikan motivasi dalam penulisan skripsi ini.

6. Bapak Usman, S.Ag, S.S, M. Hi, selaku kepala UPT Perpustakaan IAIN Palangka Raya beserta Stafnya, yang telah banyak membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
7. Seluruh dosen IAIN Palangka Raya terkhusus dosen Fakultas Syariah, yang telah mendidik dan mengajarkan dengan ikhlas dan sabar.
8. Teman-teman seperjuangan mahasiswa/i IAIN Palangka Raya, terkhusus teman-teman program studi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2016 yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
9. Semua pihak yang ikut berpartisipasi dalam pembuatan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Akhirnya penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang turut membantu penulis dalam membuat skripsi ini semoga mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah Swt. Semoga kiranya skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. *Aamiin Yaa Robbal Alamin.*

Palangka Raya, 22 Juni 2020  
Penulis,

Fitri Lestari  
NIM. 1602130094



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitri Lestari

NIM : 160 213 0094

Jurusan / Prodi : Syariah / Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Menyatakan skripsi dengan judul **“Perlindungan Hukum Terhadap Akun Instagram yang Diperjualbelikan Jasa Penambah Followers Instagram”** adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti merupakan duplikat atau plagiat, penulis siap untuk menerima sanksi akademik sesuai peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, 23 Juni 2020

Yang Membuat Pernyataan,

  
**Fitri Lestari**

NIM. 140 2130 032

## MOTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ

بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu"*

**(Q. S An-Nisa [4]: 29)**

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Penulis Persembahkan Karya Kecil Ini Untuk:*

***Kunci Surgaku ( Ibunda Siti Amini)***

***Pahlawan Hidupku (Ayahanda Tukimin)***

*Yang Tak Pernah Lelah Memberikan Semangat Dengan Penuh Kasih Sayang  
Dan Kesabaran, Dan Menyayangi Penulis Dengan Sepenuh Jiwa Raganya*

***Kakak Tercinta (Siti Badriyani)***

*Yang Selalu Memberikan Semangat Kepada Penulis*

***Sahabat-Sahabatku :***

*Kawan Seperjuangan-Sealmamater (HES'16)*

***Dan Almamaterku "IAIN Palangka Raya"***

*Terimakasih Untuk Kebersamaan Dan Motivasinya Dalam*

*Suka Maupun Duka Semoga Kita Selalu Dalam Lindungan Allah Swt.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ix
MOTO.....	x
PERSEMBAHAN.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR SINGKATAN.....	xvii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xviii
<b>BAB I      PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
1. Manfaat Teotitis.....	7

	2. Manfaat Praktis.....	7
	E. Definisi Operasional.....	7
	F. <i>Sistematika</i> Penelitian.....	10
<b>BAB II</b>	<b>KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
	A. Penelitian Terdahulu.....	12
	B. Kerangka Teori.....	17
	1. Teori Hak Kepemilikan.....	17
	2. Teori Perlindungan Hukum.....	20
	3. Teori <i>Sadd Az- Zari'ah</i> .....	24
	C. Kerangka Konseptual.....	25
	1. Instagram dan Kegunaannya.....	25
	2. Jual Beli Akun dalam Islam.....	29
	3. Perlindungan Hukum.....	34
	D. Kerangka Pikir.....	35
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
	A. Waktu Dan Tempat Penelitian .....	37
	1. Waktu Penelitian.....	37
	2. Tempat Penelitian.....	38
	B. Jenis Penelitian.....	38
	C. Pendekatan Penelitian.....	39
	D. Sumber Data.....	40
	1. Data Primer.....	40
	2. Data Sekunder.....	40



E. Metode Pengumpulan Data.....	41
1. Studi Dokumen.....	41
2. Studi Wawancara.....	42
F. Teknik Analisis Data.....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....</b>	<b>44</b>
A. Praktik Pengambilan Akun dalam Penjualan <i>Followers</i> di Media Sosial Instagram.....	44
B. Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Akun Instagram yang Diperjualbelikan Jasa Penambah <i>Followers</i> Instagram.....	56
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	15
Tabel 3.1 Aktifitas Penelitian.....	34
Table 4.1 Daftar Harga dan Jumlah <i>Followers</i> .....	42



## DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	32



## DAFTAR SINGKATAN



KUHPer	: Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
KHES	: Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah
UU-ITE	: Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik
PERMENKOMINFO	: Peraturan Menteri Komunikasi dan Informasi
HAM	: Hak Asasi Manusia
Q.S	: al-Qur'an Surah
HES	: Hukum Ekonomi Syariah
IAIN	: Institut Agama Islam Negeri
Dm	: <i>Dirrect Message</i>
Rekber	: Rekening Bersama
ATM	: <i>Automatic Teller Machine</i>
<i>E-Commerce</i>	: <i>Electronic Commerce</i>
SAW	: <i>Shalallahu 'Alaihi Wassalam</i>
SWT	: <i>Subhanahu Wata'ala</i>
H. R	: <i>Hadits Riwayat</i>

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)



ع	‘ain	,	koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	L	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	Em
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	ya’	Y	Ye

## B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعقدین	Ditulis	<i>muta'addidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

## C. Ta' Marbutah

### 1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti solat, zakat, dan sebagainya,

kecuali bila dikehendaki lafal aslinya). Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-aulyā</i>
---------------	---------	-------------------------

2. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, atau dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul fītri</i>
------------	---------	----------------------

#### D. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

#### E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya’ mati	Ditulis	<i>Ā</i>
يسعي	Ditulis	<i>yas’ā</i>
Kasrah + ya’ mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>

فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>
------	---------	--------------

#### F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>

#### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أَنتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعِدْتُ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

#### H. Kata sandang Alif+Lam

##### 1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “I” (el)nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

### I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan bantuan orang lain dalam memenuhi kebutuhan hidupnya termasuk dalam bermuamalah, salah satunya yaitu terjadi pada transaksi jual beli. Jual beli merupakan kegiatan yang bisa dikatakan tidak bisa ditinggalkan oleh masyarakat. Hampir setiap hari setiap orang melakukan transaksi jual beli. Selain itu, jual beli menjadi sarana tolong menolong antar sesama untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Jual beli ialah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan.<sup>1</sup> Oleh sebab itu jual beli diperbolehkan dalam agama Islam sebagaimana ditegaskan dalam firman Allah Swt dalam Q.S Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.<sup>2</sup> Selain itu juga terdapat dalam Q.S An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara

---

<sup>1</sup> Ahmad Dakhoir dan Itsla Yunisva Aviva, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar (Refleksi Pemikiran Ibnu Taymiyah)*, (Karang Rejo: Laks Bang Pressindo, 2017), 67.

<sup>2</sup> al-Baqarah, 2: 275.



kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>3</sup>

Kedua ayat di atas secara eksplisit menyebutkan bahwa jual beli merupakan sesuatu yang hak dan Islam memperbolehkannya selama masih dalam batas-batas tertentu dan berpegang teguh pada aturan-aturan dalam syari'at Islam. Selain itu, jual beli juga telah diatur dalam Pasal 1457 dan 1458 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) dimana dalam buku ketiga tentang perikatan disebutkan bahwa:

1. Jual beli adalah suatu persetujuan dimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.<sup>4</sup>
2. Jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar.<sup>5</sup>

Seiring perkembangan zaman dan teknologi, jual beli mengalami perubahan dan kemajuan yang sangat signifikan. Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi kemajuan jual beli adalah teknologi yang semakin canggih (*e-commerce*). *E-commerce* merupakan suatu perkembangan baru yang pesat dalam dunia bisnis. Hal ini terutama disebabkan oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi yaitu internet. Internet merupakan “*a global network of computer network*”, atau jaringan komputer yang besar

---

<sup>3</sup> an-Nisa, 4: 29.

<sup>4</sup> Tim Redaksi BIP, 3 *Kitab Undang-Undang KUHPer, KUHP, KUHP Beserta Penjelasannya*, (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017), 394.

<sup>5</sup> Ibid.

yang terbentuk dari jaringan-jaringan kecil yang ada di seluruh dunia yang saling berhubungan satu sama lain.<sup>6</sup> Subjek nyata menghadirkan cara-cara baru dalam melakukan transaksi jual beli, salah satunya yaitu jual beli yang dilakukan melalui internet atau biasa disebut dengan jual beli *online*.

Perkembangan internet telah menghadirkan peluang-peluang bisnis yang baru, dimana transaksi-transaksi bisnis semakin banyak dilakukan secara elektronik. Sehingga banyak pengusaha memanfaatkan hal tersebut untuk menjalankan bisnisnya serta mempromosikan barang dagangannya melalui media elektronik tersebut. Seperti yang diketahui, bahwa jual beli *online* sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat saat ini. Hal ini dikarenakan transaksi jual beli *online* dianggap lebih mudah dan cepat. Selain itu, melalui media *online* tersebut memungkinkan seseorang lebih mudah untuk berinteraksi serta melakukan perdagangan dengan banyak orang baik dalam maupun luar negeri.

Salah satu media *online* yang digunakan untuk menawarkan produk jual beli adalah media sosial instagram. Dalam penawarannya, media sosial instagram saat ini lebih fokus pada jumlah *followers* yang dimiliki oleh akun media sosial yang digunakan untuk menawarkan produk yang diperjualbelikan. *Followers* adalah akun atau pemilik yang mengikuti sosial media seseorang. Jumlah *followers* instagram merupakan cara untuk membuat seseorang tertarik pada suatu akun instagram, sehingga tidak heran jika seseorang melakukan beberapa cara agar mendapatkan banyak

---

<sup>6</sup> Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 120.

*followers* pada akun instagram yang dimilikinya. Berkaitan dengan hal tersebut, maka ada beberapa oknum yang menjadikan hal tersebut sebagai peluang bisnis, yaitu dengan cara menawarkan jasa penambah *followers*.

Dalam transaksinya, jasa penambah *followers* menawarkan dua macam *followers*, yaitu *followers* aktif atau *real human followers* dan *followers* pasif atau *bot followers*. Perbedaan dari *followers* aktif dan pasif adalah jika *followers* aktif, maka *followers* tersebut akun-akunnya dari orang Indonesia asli. Salah satu keunggulan *followers* aktif adalah bisa memberikan komentar (*comment*) terhadap postingan dan memberikan *like* (suka) selayaknya *real* akun. Kelemahannya bisa berhenti mengikuti (*unfollow*) jika tidak tertarik. Akun tersebut sangat cocok untuk sebuah *online shop* untuk mendapatkan pelanggan dengan cepat. Sedangkan *followers* pasif tidak bisa memberikan komentar (*comment*) dan memberikan *like* terhadap postingan. Selain itu, dari kedua macam *followers* tersebut, pengguna jasa penambah *followers* dapat memilih kewarganegaraan mana yang akan diterapkan pada *followers* akun media sosialnya, misalnya *followers* asli Indonesia, Arab, China, atau bisa juga secara acak.<sup>7</sup>

Tata cara yang dilakukan dalam jual beli *followers* instagram tidak jauh berbeda dengan jual beli *online* lainnya, yaitu dengan melakukan pembayaran terlebih dahulu yaitu pembeli dapat mentransfer uang melalui bank ke nomor rekening yang sudah ditentukan sebelumnya oleh penjual

---

<sup>7</sup> Mustiqoh Septiyani, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Followers di Media Sosial Instagram" (Skripsi-- IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2017), 12.

*followers*, bisa juga melalui rekening bersama dan bisa pula via pulsa. Kemudian jasa penambah *followers* akan memproses apa yang diinginkan oleh pembeli *followers*. Proses yang dilakukan oleh penjual *followers* biasanya membutuhkan waktu paling lambat satu hari setelah pembayaran dilakukan dalam memproses penambahan *followers* pada akun instagram seseorang yang menggunakan jasa penambah *followers*.<sup>8</sup>

Dalam melakukan transaksi jasa penambah *followers*, penjual *followers* hanya menggunakan sebuah *software* untuk melakukan penambahan, kemudian akun-akun instagram yang menjadi objek jual beli tersebut secara otomatis akan bertambah pada akun instagram pembeli *followers*. Dalam hal ini penjual *followers* tidak memiliki secara penuh akun yang diperjualbelikannya serta tanpa sepengetahuan dan kerelaan pemilik akun yang akunnya ditambahkan ke dalam *followers* orang yang menggunakan jasa penambah *followers*.

Oleh karena itu, persoalan yang kemudian muncul adalah terdapat pada objek transaksi jual beli, sebab ketika barang yang diperjualbelikan tidak dimiliki secara penuh oleh penjual dan tanpa sepengetahuan pemilik akun yang ditambahkan maka akan menimbulkan pertanyaan apakah ada perlindungan hukum terhadap hak privasi pemilik akun?

Berangkat dari persoalan di atas, peneliti merasa tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Akun Instagram yang Diperjualbelikan Jasa Penambah

---

<sup>8</sup> Nur Anisa, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli Followers, Likes dan Viewers Di Media Sosial Instagram"(Skripsi--Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2015), 25.

*Followers Instagram*”. Penelitian ini akan lebih jelas dan mudah dipahami ruang lingkupnya dengan membuat rumusan masalah pada berikut ini.

## **B. Rumusan Masalah**

Beberapa masalah yang ingin peneliti rumuskan dalam masalah ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana praktik pengambilan akun dalam penjualan *followers* di media sosial instagram?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pemilik akun instagram yang diperjualbelikan jasa penambah *followers* instagram?

## **C. Tujuan Penelitian**

Maksud dan tujuan dalam penelitian ini (*the goal of the research*) untuk mengetahui gambaran yang sesungguhnya tentang:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis praktik pengambilan akun dalam penjualan *followers* di media sosial instagram .
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis perlindungan hukum terhadap pemilik akun instagram yang diperjualbelikan jasa penambah *followers* instagram.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Akun Instagram yang Diperjualbelikan Jasa Penambah *Followers* Instagram”. adalah bentuk dari keingintahuan peneliti mengenai hukum dari perkembangan transaksi jual beli dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat dan setiap penelitian harus mempunyai kegunaan bagi pemecahan suatu



masalah yang diteliti. Untuk itu suatu penelitian setidaknya mampu memberikan kegunaan dalam kehidupan masyarakat. Kegunaan penelitian ini dapat ditinjau dari dua segi yang saling berkaitan yaitu dari segi teoritis dan segi praktis. Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan sebagai berikut :

#### 1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan dan pustaka keIslaman terutama dalam bidang muamalah khususnya pengetahuan yang berhubungan dengan jual beli (*al-ba'i*). Dan diharapkan dapat dijadikan bahan bacaan, referensi, dan acuan bagi penelitian-penelitian berikutnya.
- b. Sebagai bahan bacaan dan sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah literatur Fakultas Syari'ah bagi kepustakaan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta menambah khazanah ilmu pengetahuan bagi masyarakat dan akademisi mengenai perlindungan hukum pemilik akun media sosial di Indonesia.

### E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan tentang pengertian yang bersifat operasional dari konsep penelitian sehingga dapat dijadikan acuan dalam menelusuri, menguji, atau mengukur variabel atau konsep tersebut melalui penelitian. Penelitian ini berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Akun Instagram yang Diperjualbelikan Jasa Penambah *Followers*

Instagram”. Untuk memperjelas arah dan tujuan penelitian, serta memudahkan pemahaman dalam penelitian ini, maka perlu dijelaskan terlebih dahulu beberapa kata kunci sebagai definisi operasional:

### 1. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan atau sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya.<sup>9</sup>

Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.<sup>10</sup>

### 2. Followers

*Followers* berasal dari bahasa Inggris yang berarti pengikut<sup>11</sup>. *Followers* yang dimaksud disini adalah orang atau akun yang mengikuti kegiatan postingan dalam media sosial instagram. *Followers* dalam media sosial instagram ada dua macam yaitu *followers* aktif dan *followers* pasif. Keunggulan dari *followers* aktif adalah bisa memberikan komentar

---

<sup>9</sup> Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987), 25.

<sup>10</sup> Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000), 54.

<sup>11</sup> John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), 251.

(*comment*) terhadap postingan dan memberikan *like* (suka) selayaknya *real* akun. Kelemahannya bisa berhenti mengikuti (*unfollow*) jika tidak tertarik. Akun tersebut sangat cocok untuk sebuah *online shop* untuk mendapatkan pelanggan dengan cepat. Sedangkan *followers* pasif tidak bisa memberikan komentar (*comment*) dan memberikan *like* terhadap postingan.<sup>12</sup>

Dari kedua macam *followers* tersebut, pengguna jasa penambah *followers* dapat memilih kewarganegaraan mana yang akan diterapkan pada *followers* akun media sosialnya, misalnya *followers* asli Indonesia, Arab, China, atau bisa juga secara acak.<sup>13</sup>

### 3. Instagram

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri.<sup>14</sup>

### 4. Jual Beli

Jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan *syara'* dan disepakati.<sup>15</sup>

<sup>12</sup> Septiyani, "Tinjauan Hukum Islam", 10.

<sup>13</sup> Septiyani, "Tinjauan Hukum Islam", 12.

<sup>14</sup> Triyas Aprilia, [http://e-journal.ilkom.fisip.unmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2017/01/jurnal%20cetak%20\(01-20-17-06-48-55\).pdf](http://e-journal.ilkom.fisip.unmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2017/01/jurnal%20cetak%20(01-20-17-06-48-55).pdf) (26 Desember 2018).

<sup>15</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 68.

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *ba'i* adalah jual beli antara benda dan benda atau pertukaran antara benda dengan uang.<sup>16</sup> Jual beli (*al-ba'i*) secara terminologi berarti menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah kegiatan tukar-menukar barang dengan barang atau tukar-menukar sejumlah barang dengan sejumlah nilai mata uang tertentu dengan cara tertentu (akad).<sup>17</sup>

## **F. Sistematika Penelitian**

### **Bab I : Pendahuluan**

Mencakup pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

### **Bab II : Landasan Teori Dan Konsep Penelitian**

Dalam bab ini akan menyajikan dan menguraikan mengenai penelitian terdahulu, kerangka teori, kerangka konseptual, kerangka pikir, deskripsi teoritik mengenai gambaran umum tentang praktik jual beli *followers* serta perlindungan hukum terhadap pemilik akun instagram yang diperjualbelikan jasa penambah *followers* instagram serta berbagai ketentuan di dalamnya.

### **Bab III : Metode Penelitian**

Dalam bab ini akan memaparkan metode yang menjadi landasan penelitian, yaitu memuat waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian,

---

<sup>16</sup> Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani (PPHIMM), *Kompilasi hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 15.

<sup>17</sup> Sulaiman Rasyid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2014), 278.

sumber data, pendekatan penelitian, metode pengumpulan data, pengabsahan data dan teknik analisis data.

#### **Bab IV: Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

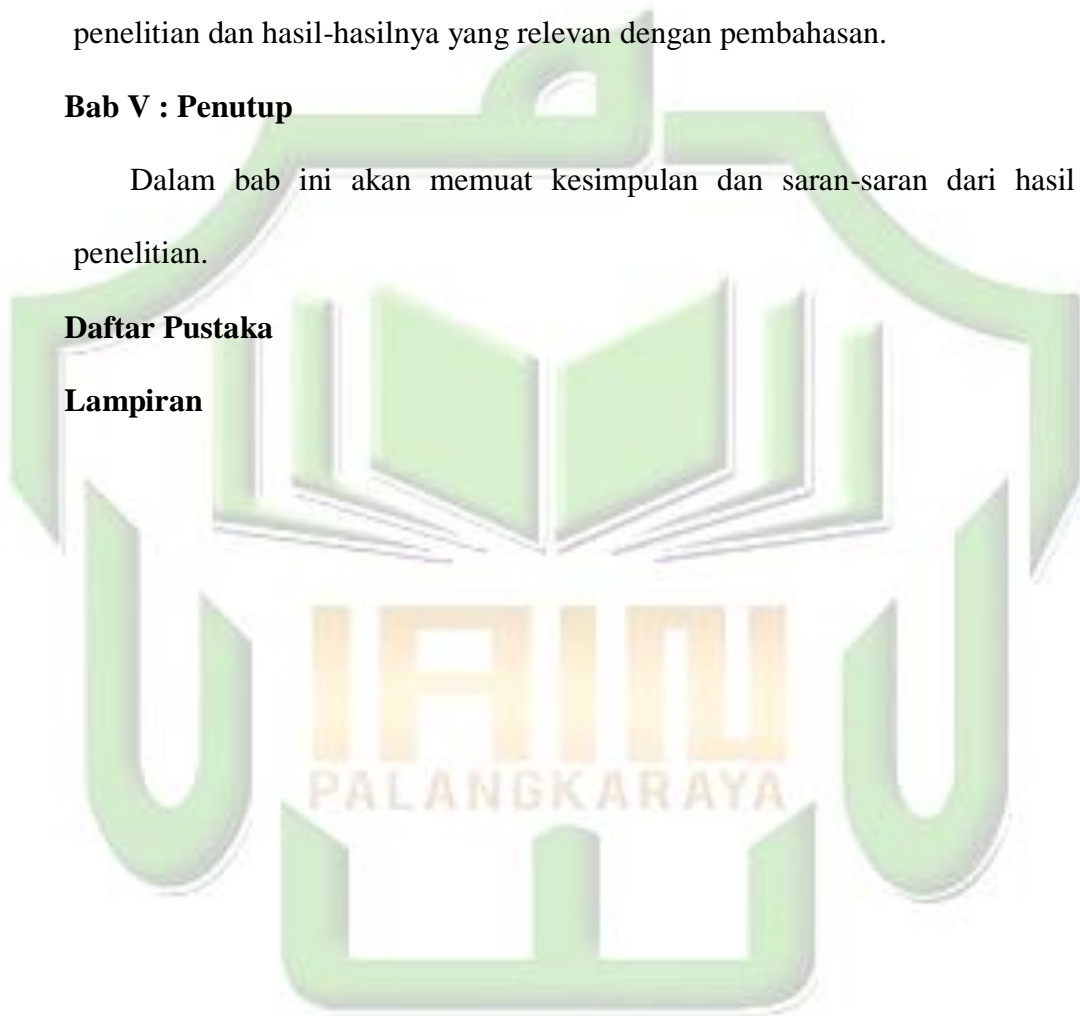
Dalam bab ini berisikan tentang gambaran umum lokasi penelitian, memuat analisis dan pembahasan serta akan diuraikan secara rinci mengenai penelitian dan hasil-hasilnya yang relevan dengan pembahasan.

#### **Bab V : Penutup**

Dalam bab ini akan memuat kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian.

#### **Daftar Pustaka**

#### **Lampiran**



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu sangat penting guna menemukan titik perbedaan maupun persamaan dengan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, sehingga salah satu etika ilmiah yang bertujuan untuk memberikan kejelasan informasi yang diteliti dan kepastian orisinalitas akan terpenuhi. Selain itu penelitian terdahulu juga berguna sebagai sebuah acuan sekaligus pijakan pemetaan dalam penelitian ini. Adapun hasil penelusuran yang telah peneliti lakukan terkait penelitian yang akan dibahas yaitu terdapat beberapa skripsi dan artikel yang telah membahasnya, namun berbeda fokus kajiannya dengan penelitian penulis. Untuk lebih jelasnya, di bawah ini ada beberapa skripsi yang mempunyai bahasan dalam tema yang peneliti temui diantaranya sebagai berikut:

1. Mustiqoh Septiyani tahun 2017, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli *Followers* di Media Sosial Instagram” hasil dari penelitiannya adalah jual beli instagram dilakukan oleh para pihak yang telah bersepakat melakukan proses jual beli penambah *followers* instagram dimana pembeli melakukan pembayaran terlebih dahulu kemudian penambahan *followers* akan dilakukan oleh pihak yang menjual *followers* instagram. Dalam



penelitiannya disebutkan bahwa hukum jual beli *followers* instagram hukumnya haram karena penjual tidak memiliki secara penuh barang yang diperjualbelikan sedangkan dalam Islam telah mengatur bahwa salah satu syarat sah jual beli adalah barang yang diperjualbelikan merupakan milik sendiri.

2. Nur Anisa, tahun 2015 Jurusan Muamalah (Hukum Ekonomi Syariah), Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli *Followers, Likes dan Viewers* Di Media Sosial Instagram”. hasil dari penelitiannya adalah jual beli *followers* instagram, *likes*, dan *viewers* merupakan transaksi jual beli yang dilakukan oleh para pihak yang menginginkan *followers, likes* dan *viewers* nya bertambah. Hal yang dilakukan yaitu dengan cara membeli *followers, likes* dan *viewer* dari pihak yang memberikan jasa penambahan *likes, followers* dan *viewers*. Dalam penelitiannya hukum dari transaksi jual beli *viewers, followers* dan *likes* dilarang dalam Islam sebab tidak memenuhi syarat dalam jual beli Islam, dimana penjual tidak memiliki secara penuh objek yang diperjualbelikan atau disebut *fudhulli*. yakni jual beli tidak sah kerana hukum.
3. Sinta Dewi, tahun 2016, Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran dengan judul “Konsep Perlindungan Hukum Atas Privasi Dan Data Pribadi Dikaitkan Dengan Penggunaan *Cloud Computing* Di Indonesia”. hasil dari penelitiannya adalah bahwa adanya *cloud computing* telah



menimbulkan permasalahan hukum baru yaitu data pribadi pengguna *cloud computing* belum sepenuhnya terlindungi dari berbagai macam pengungkapan dan pendistribusian oleh penyedia jasa *cloud computing* terhadap pihak ketiga. Permasalahan hukum yang sangat signifikan terjadi karena data pribadi seseorang bisa saja disalahgunakan oleh pihak penyedia data atau pihak ketiga, maka hal ini bertentangan dengan hak dasar manusia yaitu perlindungan terhadap privasi dan data pribadi seseorang yang telah dilindungi oleh instrumen internasional, regional dan nasional. Dalam penelitian ini peneliti mengungkapkan bertujuan untuk menciptakan konsep pengaturan yang memadai dalam rangka memberikan perlindungan hukum bagi pengguna jasa *cloud computing* di Indonesia terhadap data pribadinya.

4. Aditya Jarisman tahun 2018, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dengan judul “Jual Beli *Followers* Instagram menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perspektif Hukum Islam”. hasil dari penelitiannya adalah bahwa hukum jual beli *followers* instagram menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, belum sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk setiap orang, mengenai jual beli *account followers* instagram terdapat pada pasal 1, 17 sampai 21. pasal-pasal ini menjelaskan bahwa agen elektronik haruslah menyediakan fitur karena memungkinkan penggunanya melakukan perubahan informasi dalam

proses transaksi dan ketentuan penyelenggara agen elektronik diatur dalam peraturan pemerintah dan transaksi elektronik. Sedangkan jual beli *followers* instagram menurut hukum Islam, dilihat dari segi akad ijab dan *qabul*, sudah memenuhi syarat akad, karena kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli bersepakat untuk melakukan jual beli. Dilihat dari segi orang yang melakukan akad, menurut hukum Islam, dalam transaksi jual beli *followers* sudah memenuhi syarat yakni cakap, berakal sehat, serta *baligh*. Dilihat dari sudut pandang objek yang diperjualbelikan bahwa jual beli *followers* instagram lebih banyak mendatangkan mudarat dari pada maslahat, karena dampak yang diakibatkan oleh jual beli *followers* instagram adalah tidak sesuai dengan asas muamalah yang mengedepankan prinsip kemaslahatan. Dalam penelitian ini titik perbedaan maupun persamaan dengan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya dijelaskan dalam tabel 2.1.

**Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian**

No.	Nama, Judul, Tahun, dan Jenis Penelitian	Perbandingan	
		Persamaan	Perbedaan
1.	Mustiqoh Septiyani, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli <i>Followers</i> di Media Sosial Instagram".	Membahas tentang jual beli <i>followers</i> Instagram.	Fokus penelitian Mustiqoh Septiyani terletak pada jual beli <i>followers</i> instagram menurut tinjauan hukum Islam sedangkan fokus penelitian penulis adalah meneliti tentang perlindungan hukum terhadap pemilik akun instagram yang diperjualbelikan jasa penambah <i>followers</i> instagram.

2.	Nur Anisa, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli <i>Followers</i> , <i>Likes</i> dan <i>Viewers</i> Di Media Sosial Instagram”.	Membahas tentang <i>followers</i> instagram.	Fokus penelitian Nur Anisa adalah meneliti tentang jual beli <i>followers</i> instagram menurut hukum Islam, selain itu juga membahas tentang jual beli <i>likes</i> dan <i>viewers</i> . Sedangkan fokus penelitian penulis adalah meneliti tentang perlindungan hukum terhadap pemilik akun instagram yang diperjualbelikan jasa penambah <i>followers</i> instagram.
3.	Sinta Dewi, ”Konsep Perlindungan Hukum Atas Privasi Dan Data Pribadi Dikaitkan Dengan Penggunaan <i>Cloud Computing</i> Di Indonesia”	Membahas tentang perlindungan hukum.	Fokus penelitian Sinta Dewi adalah tentang perlindungan hukum terhadap privasi dan data pribadi yang dikaitkan dengan penggunaan <i>cloud computing</i> . Sedangkan fokus penelitian penulis adalah meneliti tentang perlindungan hukum terhadap pemilik akun instagram yang diperjualbelikan jasa penambah <i>followers</i> instagram.
4.	Aditya Jarisman “Jual Beli <i>Followers</i> Instagram menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perspektif Hukum Islam”.	Membahas tentang jual beli <i>followers</i> instagram.	Fokus penelitian Aditya Jarisman adalah jual beli <i>followers</i> instagram menurut UU ITE yang terfokus pada UU ITE pada pasal 1, 17 sampai 21 dan juga hukum Islam. Sedangkan fokus penelitian penulis adalah perlindungan hukum terhadap pemilik akun instagram yang diperjualbelikan jasa penambah <i>followers</i> instagram.

## B. Kerangka Teori

Ada beberapa teori yang peneliti jadikan sebagai dasar untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini, yakni :

### 1. Teori Hak Kepemilikan.

Kepemilikan secara bahasa berarti penguasaan terhadap sesuatu atau sesuatu yang dimiliki oleh seseorang. Hubungan seseorang dengan suatu harta yang diakui oleh *syara'* yang menjadikannya mempunyai kekuasaan khusus terhadap harta tersebut sehingga ia dapat melakukan tindakan hukum terhadap harta yang dimilikinya tersebut.<sup>18</sup>

Beberapa kalangan ulama *fiqh* mendefinisikan kepemilikan adalah pengkhususan terhadap suatu benda sesuai dengan keinginannya selama tidak ada larangan *syara'* serta menghalangi orang lain untuk bertindak hukum terhadap kepemilikannya. Artinya, benda yang dikhususkan kepada seseorang sepenuhnya berada dalam penguasaannya sehingga orang lain tidak bisa bertindak dan memanfaatkannya tanpa izin dan sepengetahuan pemilik.<sup>19</sup>

Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata hak kepemilikan diatur dalam pasal 570 dijelaskan bahwa hak milik adalah hak untuk menikmati suatu barang secara leluasa dan untuk berbuat terhadap barang itu secara bebas sepenuhnya, asalkan tidak bertentangan dengan undang-

---

<sup>18</sup> Yusdani, "Sumber Hak Milik dalam Perspektif Hukum Islam", Al-Mawarid, Vol. 9, No. 2 (Juni 2003), 2.

<sup>19</sup> Yusdani, "Sumber Hak Milik dalam Perspektif Hukum Islam", Al-Mawarid, Vol. 9, No. 2 (Juni 2003), 2.

undang atau peraturan umum yang ditetapkan oleh kuasa yang berwenang dan asal tidak mengganggu hak-hak orang lain.<sup>20</sup>

Islam telah mengatur bahwa ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk memperoleh hak kepemilikan, diantaranya:

### 1. Mengusai benda-benda mubah

Benda mubah adalah benda atau harta yang tidak masuk dalam kepemilikan orang tertentu, dan tidak ada penghalang untuk usaha memiliki, seperti air pada sumbernya, kayu dan pohon di hutan, dan ikan yang ada di dalam laut.

### 2. Akad

Akad (*al-'Aqd*) adalah pertalian antara *ijab* dan *qabul* sesuai dengan ketentuan *syara'* yang menimbulkan pengaruh terhadap objek akad. Akad merupakan sebab pemilikan yang paling kuat dan paling luas berlaku dalam kehidupan manusia yang membutuhkan distribusi harta kekayaan. Hak kepemilikan melalui akad yaitu seperti jual beli.

### 3. *Khilafah*

*Al-Khalafiyah* adalah hak kepemilikan yang didapatkan melalui penggantian seseorang atau sesuatu yang baru menempati posisi pemilikan yang lama. Dengan demikian *khalifiyah* dibedakan menjadi dua. Pertama, adalah penggantian atas seseorang oleh orang lain, misalnya pewarisan. Dalam pewarisan seorang ahli waris menggantikan posisi pemilikan orang yang wafat terhadap harta yang ditinggalkannya

---

<sup>20</sup> Tim Bhuana Ilmu Populer, 3 *Kitab Undang-Undang KUHP, KUHP, KUHP*, (Jakarta : Bhuana Ilmu Populer, 2017), 195.



(*tirkah*). Kedua, penggantian benda atas benda yang lainnya, seperti terjadi pada *tadhmin* (pertanggungan) ketika seseorang merusakkan atau menghilangkan harta benda orang lain, atau pada *ta'widh* (pengganti kerugian).

#### 4. *Al-Tawallud* (anak pinak atau berkembang biak)

Prinsip *tawallud* berlaku pada harta benda yang bersifat produktif (dapat menghasilkan sesuatu yang lain atau baru) seperti binatang yang dapat bertelur, beranak, menghasilkan air susu, dan kebun yang menghasilkan buah dan bunga-bunga.<sup>21</sup>

Sedangkan menurut hukum positif yang berlaku di Indonesia, cara mendapatkan hak kepemilikan telah diatur dalam pasal 584 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyebutkan bahwa hak milik atas suatu barang tidak dapat diperoleh selain dengan pengambilan untuk dimiliki, dengan perlekatan, dengan lewat waktu, dengan pewarisan, baik menurut undang-undang maupun menurut surat warisan, dan dengan penunjukkan atau penyerahan berdasarkan suatu peristiwa perdata untuk pemindahan hak milik, yang dilakukan oleh orang yang berhak untuk berbuat terhadap barang itu.<sup>22</sup>

Teori ini digunakan untuk menganalisis praktik pengambilan akun dalam penjualan *followers* instagram dari segi kepemilikan yang dilakukan oleh pihak penjual jasa penambah *followers* instagram.

---

<sup>21</sup> Abdul Madjid, *Pokok-Pokok Fiqih Muamalah Dan Hukum Kebendaan Dalam Islam*, (Bandung: IAIN Sunan Gunung Djati, 1986), 49.

<sup>22</sup> Tim Bhuana Ilmu Populer, *3 Kitab Undang-Undang KUHP, KUHP, KUHP*, (Jakarta : Bhuana Ilmu Populer, 2017), 198.

## 2. Teori Perlindungan Hukum

Teori perlindungan hukum menurut Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu hanya dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi.<sup>23</sup>

Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.<sup>24</sup> Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

### a. Perlindungan hukum preventif

Perlindungan hukum preventif merupakan perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu

---

<sup>23</sup> Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000), 53.

<sup>24</sup> Ibid.



pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.<sup>25</sup>

b. Perlindungan hukum represif

Perlindungan hukum represif merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.<sup>26</sup>

Hukum melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan kekuasaanya kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya, dan kepentingan itu merupakan bentuk hak. Fitzgerald menjelaskan : *“That the law aims to integrate and coordinate various interests in society by limiting the variety of interests such as in a traffic interest on the other”* (bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat dengan cara membatasi berbagai kepentingan tersebut karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tersebut hanya dapat dilakukan dengan cara membatasi kepentingan dilain pihak).<sup>27</sup>

Pound mengklasifikasikan kepentingan-kepentingan yang dilindungi oleh hukum dalam 3 (tiga) kategori pokok, yaitu: <sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Ibid., 30.

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> Satjipto Rahardjo, *Ilmu hukum*, hlm. 53.

<sup>28</sup> Ibid, 54.

1. Kepentingan umum (*public interest*), meliputi kepentingan Negara sebagai badan hukum dan kepentingan negara sebagai penjaga kepentingan masyarakat.
2. Kepentingan masyarakat (*social interest*), meliputi kepentingan akan kedamaian dan ketertiban, perlindungan lembaga-lembaga social, pencegahan kemerosotan akhlak, pencegahan pelanggaran hak dan kesejahteraan sosial.
3. Kepentingan pribadi (*private interest*), meliputi kepentingan individu, kepentingan keluarga dan kepentingan hak milik.<sup>29</sup>

Adanya kepentingan pribadi tidak terlepas dari adanya suatu hak yang diberikan oleh hukum terhadap seseorang. Hak merupakan sesuatu yang melekat pada manusia secara kodrat dan karena adanya hak inilah diperlukan hukum untuk menjaga kelangsungan eksistensi hak dalam pola kehidupan bermasyarakat, dan karena adanya hak inilah maka hukum diciptakan.<sup>30</sup> Adanya hukum yang mengatur tentang hak bertujuan agar tidak adanya gangguan dalam privasi seseorang. Privasi sendiri merupakan hak yang dimiliki seseorang untuk menjaga kehidupan personal atau rahasia informasi personal agar hanya untuk diketahui sekelompok kecil saja.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Ibid.

<sup>30</sup> Satjipto Rahardjo, *Teori Hukum Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi*, (Genta Publishing : Yogyakarta, 2010), 44.

<sup>31</sup> Rizky, P. P Karo Karo,

<https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5d588c1cc649e/perindungan-hukum-atas-privasi-dan-data-pribadi-masyarakat/> (14 April 2020).

Sedangkan secara khusus dalam sistem elektronik, ketentuan mengenai privasi dan data pribadi dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU-ITE) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan. Dalam pemanfaatan teknologi informasi, perlindungan data pribadi merupakan salah satu bagian dari hak pribadi (*privacy rights*).<sup>32</sup>

Dari penjabaran di atas, peneliti menyimpulkan bahwa data pribadi adalah sebuah hal yang konfidensial, dimana tidak sembarang orang dapat mengakses, menyebarkan atau bahkan membocorkan data pribadi milik orang lain kepada publik begitu saja. Untuk itu maka harus adanya perlindungan hukum yang mengatur tentangnya serta memberi jaminan keamanan apabila hal-hal yang tidak diinginkan terjadi, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

Teori ini digunakan untuk menganalisis tentang aturan perlindungan hukum bagi pemilik akun instagram yang diperjualbelikan sehingga ada kesimpulan dan akan ditemukan kejelasan terkait dengan

---

<sup>32</sup> Rizky, P. P Karo Karo, <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5d588c1cc649e/perindungan-hukum-atas-privasi-dan-data-pribadi-masyarakat/>, (14 April 2020).

perlindungan hukum bagi pemilik akun instagram yang diperjualbelikan oleh jasa penambah *followers* instagram.

### 3. Teori *Sadd Az- Zari'ah*

*Az-zari'ah* dari segi bahasa memiliki arti jalan yang menyampaikan kepada sesuatu. Sedangkan dalam istilah *ushul fiqh*, yang dimaksud dengan *az-zari'ah* adalah sesuatu yang merupakan media atau jalan untuk sampai kepada sesuatu yang berkaitan dengan hukum *syara'*, baik yang haram ataupun yang halal. *Saad az-zari'ah* merupakan usaha mujtahid untuk menetapkan larangan terhadap suatu fenomena hukum yang pada dasarnya mubah. Metode ini bersifat pencegahan. Artinya, segala sesuatu yang hukum asalnya mubah, tetapi akan membawa kepada kemafsadatan maka hukumnya dapat berubah menjadi makruh bahkan haram.<sup>33</sup>

*Saad az-zari'ah* adalah kajian *ushul fiqh* yang bermakna mencegah/menyumbat sesuatu yang menjadi jalan kerusakan, menyumbat jalan yang dapat menyampaikan seseorang pada kerusakan. Maksudnya, *saad az-zari'ah* ialah menyumbat segala sesuatu yang menjadi jalan menuju kerusakan. Oleh karena itu, apabila ada perbuatan baik yang akan mengakibatkan terjadinya kerusakan, maka hendaklah perbuatan yang baik itu dicegah/disumbat agar tidak terjadi kerusakan.<sup>34</sup>

Teori ini digunakan untuk menganalisis jual beli *followers* instagram yang dilihat dari segi kemaslahatan dan kemafsadatannya

<sup>33</sup> Sapiudin Shidiq, *Ushul Fiqh*, (Jakarta: Kencana, 2011), 104.

<sup>34</sup> Chaerul Uman, et al., *Ushul Fiqih 1*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2000), 187-188.

sehingga ditemukan hukum jual beli *followers* instagram menggunakan kajian *saad az-zari'ah*.

### C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan kerangka yang menghubungkan atau menggambarkan konsep-konsep khusus yang merupakan kumpulan dari arti yang berkaitan dengan istilah dalam sebuah penelitian.<sup>35</sup>

#### 1. Instagram dan Kegunaannya

Instagram adalah aplikasi untuk *photo sharing* dan layanan jejaring sosial *online* yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital untuk mereka, dan berbagi hasilnya melalui berbagai layanan sosial media seperti facebook, twitter dan situs lainnya.<sup>36</sup>

Akun instagram itu sendiri adalah sebagai wadah ataupun media dalam sebuah jaringan komunitas, relasi atau bahkan pertemanan yang dalam media tersebut disebut sebagai *followers*. Akun instagram memiliki beberapa kategori diantaranya akun instagram yang bersifat komunitas ataupun *fanbase*, menjadi wadah dalam bersosial, berkegiatan dalam satu kepentingan yang sama, mengarah pada minat atau ketertarikan suatu objek benda ataupun seseorang yang mendominasi.<sup>37</sup>

Hingga saat ini instagram telah memiliki sejumlah fitur yang dapat digunakan penggunanya yaitu, sebagai berikut:

<sup>35</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2001), 32.

<sup>36</sup> Aditya Jarisman, "Jual Beli Followers Instagram menurut Undangundang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perspektif Hukum Islam" (Skripsi--Tulungagung : IAIN Tulungagung, 2018), 13.

<sup>37</sup> Ibid.

1. *Live* (siaran langsung), yaitu fitur instagram yang memungkinkan penggunaannya untuk melakukan siaran langsung, serta berbagi kegiatan dan aktifitas yang sedang dilakukan secara langsung.
2. Instagram *story*, fitur yang ada di dalam instagram untuk mengunggah foto atau video singkat mengenai kegiatan atau aktifitas yang kita lakukan yang sifatnya hanya sementara, pembaruan foto dan video tersebut akan hilang dengan sendirinya dalam jangka waktu 24 jam dari pertama kali di unggah atau *upload*.
3. *Like* (suka), yaitu sebuah fitur di dalam instagram itu sendiri dengan tujuan untuk menyukai foto atau video seseorang yang telah di *upload* di instagram. semakin banyak *like* pada foto atau video maka semakin populer foto atau video tersebut. Dalam fitur instagram *like* biasanya bersimbolkan dengan bentuk hati.
4. *Comment* (komentar), yaitu sebuah fitur untuk memberikan komentar foto atau video yang telah di posting atau di *upload* oleh pengguna instagram lainnya.
5. *Face filter* (filter wajah), yaitu sebuah fitur di instagram yang dapat memberikan efek-efek yang unik serta lucu pada saat wajah menghadap kamera.
6. *Boomerang*, yaitu sebuah fitur di instagram yang memberikan efek mengulang-ulang gerakan saat membuat video yang berupa foto di instagram *story*.



7. *Bookmark* (simpan), yaitu fitur yang digunakan untuk menyimpan foto atau video pengguna Instagram lainnya, dan dapat dilihat lagi pada lain waktu.

8. *Direct message*, yaitu fitur Instagram yang memungkinkan kita untuk melakukan *chatting* kepada pengguna Instagram lainnya.

9. *Super zoom*, yaitu fitur terbaru dari Instagram yang dapat memungkinkan kita untuk memperbesar objek pada video disertai dengan suara yang unik dan efek yang lucu.<sup>38</sup>

Akun Instagram memiliki beberapa kategori diantaranya akun Instagram yang bersifat komunitas yang menjadi wadah dalam bersosial, berkegiatan dalam satu kepentingan yang sama, mengarah pada minat atau ketertarikan suatu objek benda ataupun seseorang yang mendominasi. Dalam transaksinya jasa penambah *followers* menawarkan dua macam *followers*, yaitu *followers* aktif atau *real human followers* dan *followers* pasif atau *bot followers*. Perbedaan dari *followers* aktif dan pasif adalah jika *followers* aktif, maka *followers* tersebut akun-akunnya dari orang Indonesia asli. Salah satu keunggulan *followers* aktif adalah bisa memberikan komentar (*comment*) terhadap postingan dan memberikan *like* (suka) selayaknya *real* akun. Kelemahannya bisa berhenti mengikuti (*unfollow*) jika tidak tertarik.

---

<sup>38</sup> Rifky Fadillah Anwar, "Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Wilayah Instagram Bengkulu)" (Skripsi--IAIN Bengkulu, Bengkulu, 2019), 37.



*Followers* bisa didapatkan sendiri secara manual dan tidak membutuhkan biaya, namun dalam prosesnya relatif lama. Seseorang harus *following* dari akun yang inginkan, dan menunggu respon dari akun sasaran, bisa memberikan respon untuk *follback* (mengikuti kembali) ataupun *unfollow* (tidak respon).<sup>39</sup>

Perkembangan era globalisasi menciptakan adanya ide maupun kreatifitas dalam bersosial media, hal ini memberikan dampak signifikan dalam perkembangan *followers*. Ada 2 macam jenis *followers* dalam instagram, yaitu *real followers* dan *unreal followers*. *Real followers* adalah *followers* yang dimiliki oleh akun ataupun pengguna instagram yang melakukan aktivitas dalam bersosial media. Sedangkan *unreal followers* adalah *followers* yang bersifat pasif, dalam hal ini tidak melakukan aktivitas sosial media. *Unreal followers* dapat diketahui dengan ciri-ciri diantaranya:

- a. *unreal human followers* biasanya merupakan akun luar negeri.
- b. *unreal followers* lebih banyak *following* (mengikuti) dibandingkan *followers* (diikuti)
- c. Jika dibuka *profile followersnya*, akan ada info tanggal pembuatan akun tersebut, dan semua akun tersebut dibuat pada tanggal yang sama.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Aditya Jarisman, "Jual Beli Followers Instagram menurut Undangundang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perspektif Hukum Islam" (Skripsi-- IAIN Tulungagung, Tulungagung, 2018), 74.

<sup>40</sup> Aditya Jarisman, "Jual Beli Followers Instagram menurut Undangundang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perspektif Hukum Islam" (Skripsi--IAIN Tulungagung, Tulungagung, 2018), 74.

Selain untuk *photo sharing* dan layanan jejaring sosial *online* yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital untuk mereka, dan berbagi hasilnya melalui berbagai layanan sosial media, instagram juga biasa digunakan untuk menawarkan jual beli melalui *online* yang marak dan banyak diminati oleh para konsumen.

## 2. Jual Beli Akun Instagram dalam Islam

Jual beli secara etimologi berarti *al-bai'* yang artinya menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan yang lainnya. Kata *al-bai'* dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *alsyira'* (beli).<sup>41</sup> Kata jual menunjukkan adanya perbuatan menjual, sedangkan beli adalah adanya perbuatan membeli. Dengan demikian, perkataan jual beli menunjukkan adanya dua perbuatan dalam satu peristiwa, yaitu satu pihak menjual dan pihak yang lain membeli, maka terjadilah peristiwa hukum jual beli. Berarti dalam perjanjian jual beli itu terlibat dua pihak yang saling menukar atau melakukan pertukaran.<sup>42</sup>

Dari definisi-definisi diatas menurut penulis jual beli adalah suatu perbuatan tukar-menukar benda (barang) yang mempunyai nilai atau manfaat, atas dasar kerelaan (tanpa adanya paksaan) antara dua belah pihak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan oleh syariat.

Ketentuan syariat adalah jual beli tersebut dilakukan sesuai dengan persyaratan-persyaratan, rukun-rukun dan hal-hal lain yang ada kaitannya

---

<sup>41</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 113.

<sup>42</sup> Sabiq, *Fiqh as-Sunnah*, 126.

dengan jual beli. Maka jika syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan ketentuan syariat.<sup>43</sup> Dalam *fiqih* muamalah, jual beli adalah salah satu transaksi ekonomi yang berkembang di masyarakat yang menurut para ahli *fiqih* hukumnya mubah atau boleh. Pendapat ini berdasarkan al-qur'an, *hadits* dan dalam kaidah *fiqih* di bidang muamalah sebagai berikut:

a. Q.S Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.<sup>44</sup>

b. Q.S An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>45</sup>

c. Hadis Rasulullah Saw, yang diriwayatkan Rifa'ah bin Rafi' al-Bazzar dan al-Hakim:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ  
قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

<sup>43</sup> Qamarul Huda, *Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta, Teras, 2011), 52.

<sup>44</sup> al-Baqarah, 2: 275

<sup>45</sup> an-Nisa, 4: 29.

Artinya : Rifa'ah bin Rafi'i berkata bahwa Nabi Saw ditanya, “Apa mata pencaharian yang paling baik? “Nabi menjawab, “usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati (mabrur). (HR. Ahmad no. 16628).<sup>46</sup>

d. Kaidah *fiqih*:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya : “Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamnya”.<sup>47</sup>

Dalam Islam, suatu transaksi jual beli dikatakan sah apabila memenuhi rukun dan syarat jual beli. menurut jumhur ulama rukun jual beli ada empat, yaitu :

- 1) Ada orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli).
- 2) Ada *shighat* (lafaz ijab dan kabul) .
- 3) Ada barang yang diperjualbelikan.
- 4) Ada nilai tukar pengganti barang.<sup>48</sup>

Sedangkan syarat jual beli sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan jumhur ulama adalah sebagai berikut:

- 1) *Al-aqidani* (orang yang berakad)

Pelaku yang melakukan transaksi dalam jual beli harus memiliki akal atau berakal. Oleh sebab itu, jual beli yang dilakukan anak kecil yang belum berakal dan orang gila, hukumnya tidak sah.

Adapun anak kecil yang telah *mumayiz*, menurut ulama Hanafiyah,

<sup>46</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 69.

<sup>47</sup> A. Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih*, (Jakarta, Kencana, 2006), 130.

<sup>48</sup> Ghazaly, *Fiqh Muamalah*, 71.

apabila akad yang dilakukannya membawa keuntungan bagi dirinya, seperti menerima hibah, wasiat, dan sedekah, maka akadnya sah.<sup>49</sup>

## 2) *Shighatul aqdi* (ijab dan kabul)

Apabila ijab dan kabul telah diucapkan dalam akad jual beli maka kepemilikan barang telah berpindah tangan dari pemilik semula. Barang yang dibeli berpindah tangan menjadi milik pembeli, dan nilai atau uang berpindah tangan menjadi milik penjual.

## 3) Syarat-syarat barang yang diperjualbelikan (*Ma'qud 'alaih*)

- a) Barang itu ada. Jika barang yang diperjualbelikan tidak ada ditempat, maka pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu.
- b) Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia.
- c) Milik sendiri. Tidak dapat dikatakan jual beli yang sah apabila objek tersebut milik orang lain. Jika jual beli berlangsung sebelum ada izin dari pemilik barang, maka jual beli seperti itu dinamakan *ba'i fudhulli*.<sup>50</sup>
- d) Boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.<sup>51</sup>

Praktik jual beli akun instagram dapat diketahui bahwa rukun jual beli dari usaha jual beli *followers* media sosial instagram sebagai berikut:

### 1. Ijab *qabul*

<sup>49</sup> Ibid., 72.

<sup>50</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 73.

<sup>51</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Amzah, 2017), 189.

Pada dasarnya ijab *qabul* dilaksanakan saat pembeli memesan sejumlah *follower* kepada penjual, kemudian penjual bersedia untuk menambahkan jumlah *follower* yang telah di sepakati yang di inginkan oleh pembeli dan ijab kabul antara penjual dan pembeli tidak harus bertemu karena pada dasarnya jual beli ini termasuk jual beli *online* dan cukup memesan melewati via *whatsapp* atau DM di instagram.

## 2. Akad

Orang yang berakad yaitu adanya interaksi antara penjual dan pembeli, kemudian terjadilah transaksi yang telah disepakati antara penjual dan pembeli terkait dengan jumlah *followers* atau tipe *followers* dan menyepakati harga yang harus dibayar.

## 3. Objek akad

Objek akad yang akan diperjualbelikan berupa *followers* di media sosial instagram, objek akad tersebut bukan dari kepemilikan penjual dan tanpa sepengetahuan dari orang yang mempunyai akun instagram tersebut, dan untuk jenis *real human followers* objek tersebut bisa saja menghilang sewaktu-waktu dikarenakan pemilik akun *unfollow* akun yang telah di tambahkan jasa penambah *followers*. Adapun syarat-syarat jual beli yang harus terpenuhi sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa syarat-syarat jual beli yang harus terpenuhi objek jual beli haruslah jelas kepemilikan penuh dari penjual. Di dalam praktik jual beli *followers* yang diperjualbelikan objek tersebut bukan barang yang dimiliki oleh penjual sepenuhnya, karena objek *followers* yang



diperjualbelikan bersifat sementara, dimana pemilik akun bisa *unfollow* kapan saja ketika pemilik akun sadar bahwa akunnya tiba-tiba *following* akun orang lain secara otomatis. Menurut peneliti transaksi jasa penambah *followers* merupakan jual beli *fudhulli* dimana memperjualbelikan sesuatu yang bukan kepemilikannya.

### 3. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum atau dengan kata lain perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.<sup>52</sup>

Pelindungan hukum menurut Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu hanya dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> Satjipto Rahardjo, *Ilmu hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), 53.

<sup>53</sup> Ibid.

Menurut Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan.<sup>54</sup>

Dari beberapa definisi perlindungan hukum di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa perlindungan hukum merupakan upaya untuk melindungi kepentingan individu atas kedudukannya sebagai manusia yang memiliki hak untuk menikmati martabatnya. perlindungan hukum merupakan suatu hal yang melindungi subjek-subjek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku.

#### **D. Kerangka Pikir**

Salah satu bentuk muamalah yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya adalah jual beli. Jual beli yaitu menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan yang lainnya. Kata *al-bai'* dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *alsyira'* (beli). Kata jual menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual, sedangkan beli adalah adanya perbuatan membeli.<sup>55</sup>

Jual beli yang diperbolehkan dalam Islam adalah jual beli yang saling menguntungkan bagi penjual dan pembeli, serta terhindar dari unsur riba, selain itu dalam transaksi jual beli tidak boleh saling mendzalimi dan adanya pihak yang merasa dirugikan. Dalam praktiknya jual beli *followers* instagram penjual tidak memiliki secara penuh terhadap akun yang diperjualbelikan

<sup>54</sup> Hadjon, *Perlindungan Hukum*, 1-2.

<sup>55</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 113.

tersebut, karena akun tersebut pada dasarnya ditambahkan tanpa sepengetahuan pemilik akun. Sehingga dalam menanggapi permasalahan ini peneliti melakukan pengkajian mengenai pelaksanaan jual belinya, serta melakukan pengkajian terhadap perlindungan hukum terhadap pemilik akun instagram yang diperjualbelikan jasa penambah *followers* instagram. Selanjutnya peneliti analisis dengan beberapa teori yang berkaitan, dan akhirnya ditemukan kesimpulan dan saran tentang perlindungan hukum terhadap pemilik akun instagram yang diperjualbelikan jasa penambah *followers* instagram.

Dalam penelitian ini peneliti menyajikan proses dan hasil Penelitian dengan kerangka berpikir yang digambarkan pada bagan 2.1.



**Bagan 2.1 Kerangka Pikir Penelitian**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Waktu dan Tempat Penelitian

##### 1. Waktu Penelitian

Alokasi waktu yang digunakan untuk meneliti tentang perlindungan hukum terhadap pemilik akun instagram yang diperjualbelikan jasa penambah *followers* instagram adalah selama tiga bulan setelah penyelenggaraan seminar dan mendapat izin dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Selanjutnya penulis mencari data dan informasi yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

Dalam penelitian ini peneliti menyajikana aktifitas penelitian yang digambarkan pada tabel 3.1.

**Tabel 3.1 Aktifitas Penelitian**

No	Tahapan Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1.	Penyusunan proposal	Mei 2019
2.	Seminar proposal	20 Januari 2020
3.	Pengumpulan data dan analisis data	Januari-Mei 2020
4.	Pelaporan	Junii 2020

## 2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini adalah di perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya dan perpustakaan pribadi peneliti dengan pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Bahan penelitian dan referensi dalam penelitian ini dapat ditemukan pada perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya dan ditambah dengan referensi yang dimiliki oleh perpustakaan pribadi peneliti.
- 2) Bahan penelitian dan referensi yang diperlukan memungkinkan untuk digali secara komprehensif oleh peneliti.

### B. Jenis Penelitian

Penelitian hukum terbagi menjadi dua, yaitu penelitian hukum normatif dan penelitian hukum atau empiris. Penelitian hukum normatif dilakukan dengan cara meneliti bahasan pustaka yang merupakan data sekunder dan disebut juga sebagai penelitian hukum kepustakaan, sedangkan penelitian hukum empiris merupakan penelitian yang dilakukan dengan meneliti data primer.<sup>56</sup>

Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrinal. Pada penelitian hukum jenis ini, hukum dikonsepkan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan atau hukum dikonsepkan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang

---

<sup>56</sup> Sabian Utsman, *Dasar-Dasar Sosiologi Hukum (Makna Dialog Antara Hukum dan Masyarakat)*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2011), 310.

dianggap pantas. Penelitian ini juga bisa disebut penelitian eksplanatoris, yaitu menerangkan, memperkuat, atau menguji suatu ketentuan hukum.<sup>57</sup>

Penelitian ini juga disebut dengan penelitian gabungan hukum normatif dan empiris, yaitu penelitian yang menggunakan data primer dan sekunder yang diperoleh melalui bahan kepustakaan dan juga fakta-fakta empiris yang diambil dari perilaku manusia, baik perilaku verbal yang didapat melalui wawancara maupun perilaku nyata melalui pengamatan langsung.<sup>58</sup>

### C. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian hukum terdapat beberapa pendekatan. Pendekatan tersebut, digunakan peneliti untuk mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu yang sedang dicoba untuk dicari jawabannya.<sup>59</sup> Metode pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan konseptual dan pendekatan historis.

Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) dilakukan manakala peneliti tidak beranjak dari aturan hukum yang ada. Hal itu dilakukan karena memang belum ada atau ketidakjelasan aturan hukum untuk kasus perlindungan hukum dalam jual beli akun instagram yang dilakukan oleh jasa penambah *followers* instagram. Dalam menggunakan pendekatan konseptual, peneliti perlu merujuk prinsip-prinsip hukum. Prinsip-prinsip ini dapat ditemukan dalam pandangan-pandangan sarjana ataupun doktrin-doktrin hukum. Dalam mengidentifikasi prinsip tersebut, peneliti terlebih dahulu

<sup>57</sup> Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2009), 9.

<sup>58</sup> Mukti Fajar dan Achmad Yulianto, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015), 280.

<sup>59</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2005), 133.



memahami konsep tersebut melalui pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang ada.<sup>60</sup>

#### **D. Sumber Data**

##### **1. Data Primer**

Sumber data primer adalah data yang berasal dari sumber data utama, yang berwujud tindakan-tindakan sosial dan kata-kata, seperti hasil wawancara.<sup>61</sup> Menurut Abdulkadir Muhammad data primer adalah data empiris yang diperoleh langsung dari sumber data, jadi bukan hasil olahan orang lain.<sup>62</sup> Adapun data primer dalam penelitian ini yaitu wawancara yang dilakukan terhadap 3 orang penjual jasa penambah *followers* instagram.

##### **2. Data Sekunder**

Sumber data sekunder penelitian ini merupakan bahan hukum yang mempunyai otoritas. Sumber hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.<sup>63</sup> Data sekunder dalam penelitian ini yaitu Pasal 26 ayat (1) UU No. 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang membahas tentang Perlindungan Data Pribadi kemudian Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik

---

<sup>60</sup> Ibid., 177-178.

<sup>61</sup> Rianto Adi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, (Jakarta: Granit, 2004), 70.

<sup>62</sup> Abdulhadi Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), 170.

<sup>63</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 181.

Pasal 2 Ayat (1) dan (2) yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Suatu penelitian memerlukan bahan hukum yang lengkap agar bahan hukum yang terkumpul benar-benar memiliki validitas yang cukup tinggi. Di dalam suatu penelitian lazimnya dikenal tiga jenis metode pengumpulan bahan hukum, yaitu studi dokumen atau bahan pustaka, pengamatan atau observasi dan wawancara.<sup>64</sup> Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut :

##### **1. Studi Dokumen**

Teknik pengumpulan bahan hukum dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan teknik *library research*. Riset kepustakaan memiliki arti lebih dari sekadar langkah awal untuk menyiapkan kerangka penelitian (*research design*) guna memperoleh informasi penelitian sejenis dan memperdalam kajian teoritis atau mempertajam metodologi riset pustaka sekaligus memanfaatkan sumber perpustakaan untuk memperoleh data penelitian.<sup>65</sup> Peneliti juga menggunakan studi dokumenter, yaitu studi yang mengkaji tentang dokumen-dokumen, baik yang berkaitan dengan peraturan perundang-undangan maupun dokumen-dokumen yang sudah ada.<sup>66</sup>

---

<sup>64</sup> Amiruddin., Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta : PT. Raja Garfindo Persada, 2010), 67.

<sup>65</sup> Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan*, (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2004), 2.

<sup>66</sup> Ibid.

## 2. Studi Wawancara

Studi wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>67</sup> Studi wawancara yang penulis gunakan yaitu wawancara semi struktural, yaitu wawancara yang dimulai dari isu yang mencakup dalam pedoman wawancara sehingga di dalamnya peneliti dapat mengembangkan pertanyaan dan dapat memutuskan sendiri mana isu yang bisa dimunculkan pada saat melakukan wawancara. Studi wawancara peneliti gunakan untuk memperoleh data dari penjual *followers* instagram mengenai proses transaksi dalam jual beli *followers* instagram.

### F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>68</sup>

Setelah data terkumpul, kemudian peneliti menganalisis data secara deskriptif kualitatif yang menekankan pada metode deduktif. Analisis normatif

---

<sup>67</sup> Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan*, 135.

<sup>68</sup> Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 89.

menggunakan bahan-bahan kepustakaan sebagai sumber data penelitian.<sup>69</sup> Data yang diperoleh baik dari studi kepustakaan maupun wawancara dianalisis dengan cara menjelaskan dan menguraikan hasil penelitian dalam bentuk kalimat secara terperinci dan sistematis secara deduktif. Selain dengan menggunakan metode tersebut, penelitian ini juga menggunakan metode *content analysis*,<sup>70</sup> metode ini juga akan digunakan untuk memahami dan menganalisis Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Akun Instagram yang Diperjualbelikan Jasa Penambah *Followers* Instagram.



---

<sup>69</sup> Amiruddin, dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, 166.

<sup>70</sup> Cik Hasan Bisri, *Pilar-Pilar Penelitian Hukum Islam dan Pranata Sosial*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 289.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

#### A. Praktik Pengambilan Akun dalam Penjualan *Followers* Di Media Sosial

##### Instagram

Akun instagram merupakan wadah ataupun media dalam sebuah jaringan komunitas, relasi atau bahkan pertemanan yang dalam media tersebut disebut sebagai *followers*. Akun instagram memiliki beberapa kategori diantaranya akun instagram yang bersifat komunitas ataupun *fanbase*, menjadi wadah dalam bersosial, berkegiatan dalam satu kepentingan yang sama, mengarah pada minat atau ketertarikan suatu objek benda ataupun seseorang yang mendominasi.<sup>71</sup>

Selain untuk *photo sharing* dan layanan jejaring sosial *online* yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital untuk mereka, dan berbagi hasilnya melalui berbagai layanan sosial media, instagram juga biasa digunakan untuk menawarkan jual beli melalui *online* yang marak dan banyak diminati oleh para konsumen. Dalam penawarannya, media sosial instagram saat ini lebih fokus pada jumlah *followers* yang dimiliki oleh akun media sosial yang digunakan untuk menawarkan produk yang diperjualbelikan, sehingga banyak orang yang tertarik mendapatkan *followers* dengan cara menggunakan jasa penambah *followers* instagram.

---

<sup>71</sup> Ibid.

Jasa penambah *followers* instagram biasanya menawarkan dua macam *followers*, yaitu *followers* aktif atau *real human followers* dan *followers* pasif atau *bot followers*. Perbedaan antara *followers* aktif dan pasif adalah jika *followers* aktif, maka *followers* tersebut akun-akunnya dari orang Indonesia asli. Salah satu keunggulan *followers* aktif adalah bisa memberikan komentar (*comment*) terhadap postingan dan memberikan *like* (suka) selayaknya *real* akun. Kelemahannya bisa berhenti mengikuti (*unfollow*) jika tidak tertarik.<sup>72</sup>

Penjual jasa penambah *followers* menawarkan berbagai varian harga dan jumlah untuk *followers* di instagram yang akan digambarkan pada tabel 4.1.<sup>73</sup>

**Table 4.1 Daftar Harga dan Jumlah Followers<sup>74</sup>**

No	Jumlah Followers	Harga
1.	5.000 followers	Rp. 100.000
2.	10.000 followers	Rp. 195.000
3.	20.000 followers	Rp. 385.000

Transaksi jual beli *followers* instagram merupakan salah satu dari transaksi *online*. Sehingga pada transaksi jual beli instagram para pihak terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik.

<sup>72</sup> Mustiqoh Septiyani, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Followers di Media Sosial Instagram" (Skripsi-- IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2017), 12.

<sup>73</sup> RF, pemilik akun @Kiossosmed.id, Wawancara, (24 Maret 2020).

<sup>74</sup> RF, pemilik akun @Kiossosmed.id, Wawancara, (24 Maret 2020).



Sebagaimana telah diatur dalam Pasal 1 Ayat 17 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.<sup>75</sup>

Suatu transaksi *online* merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama dengan jual beli konvensional pada umumnya. Di dalam suatu transaksi *online* juga mengandung suatu asas konsensualisme, yang berarti kesepakatan dari kedua belah pihak. Penawaran dan penerimaan inilah yang merupakan awal terjadinya kesepakatan antara pihak-pihak yang bersangkutan. Proses penawaran dan penerimaan *online* ini tidak berbeda dengan proses penawaran dan penerimaan pada umumnya. Perbedaannya hanyalah pada media yang digunakan. Pada transaksi *e-commerce* media yang digunakan adalah internet. Pasal 19 UU ITE menyatakan bahwa para pihak yang melakukan transaksi elektronik harus menggunakan sistem elektronik yang disepakati.<sup>76</sup>

Pasal 20 ayat (2) UU ITE juga menyebutkan bahwa “Persetujuan atas penawaran transaksi elektronik harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik”. Tahapan selanjutnya setelah dicapainya persetujuan dari para pihak adalah melakukan pembayaran. Pembayaran dapat dilakukan dengan sistem *cash*, transfer melalui ATM (*Automatic Teller Machine*), kartu kredit, atau perantara pihak ketiga seperti rekber (rekening bersama). Apabila pembayaran telah selesai, maka *followers*

---

<sup>75</sup> Tim Redaksi BIP, *Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017), 2.

<sup>76</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010), 38.

akan ditambahkan oleh jasa penambah *followers* kepada pembeli *followers*.<sup>77</sup>

Pada transaksi jual beli *followers* instagram sama halnya dengan transaksi jual beli yang dilakukan dalam dunia nyata yang dilakukan oleh pihak terkait, hanya saja jual beli secara elektronik ini pihak-pihaknya tidak bertemu dengan secara langsung satu sama lain, dimana proses transaksi dilakukan melalui internet. Dalam transaksi jual beli *followers*, pihak-pihak yang terkait antara lain:

1. Penjual atau *merchant* atau pengusaha yang menawarkan sebuah produk melalui internet sebagai usaha.
2. Pembeli atau konsumen, yaitu setiap orang yang menerima penawaran dari penjual atau pelaku usaha yang berkeinginan melakukan transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh penjual *merchant* atau pelaku usaha.
3. Bank sebagai pihak penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual atau pelaku usaha atau *merchant*, karena pada transaksi jual beli secara elektronik penjual dan pembeli tidak berhadapan secara langsung, sebab mereka berada pada lokasi yang berbeda sehingga pembayaran dapat dilakukan melalui perantara dalam hal ini adalah bank.
4. *Provider* sebagai penyedia jasa layanan akses internet.<sup>78</sup>

Dalam praktiknya mekanisme pengambilan akun dalam transaksi jual beli *followers* instagram dijelaskan dari hasil wawancara terhadap 3

---

<sup>77</sup> Ibid.

<sup>78</sup> Aditya Jarisman, "Jual Beli Followers Instagram menurut Undangundang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perspektif Hukum Islam" (Skripsi--IAIN Tulungagung, Tulungagung, 2018), 24.

orang penjual jasa penambah *followers* instagram, yang merupakan salah satu sumber data primer dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Proses pemesanan

Proses pemesanan dalam transaksi jual beli *followers* instagram berdasarkan hasil wawancara terhadap pihak penyedia jasa penambah *followers*, diantaranya:

Menurut VG sebagai penjual *followers* Instagram.

“Cara memesan jumlah *followers* cukup dengan memesan lewat *direct message* (DM) instagram atau biasanya menggunakan *whatsapp*, kemudian cukup memberitahu jumlah *followers* yang akan di tambah dan memberi *id* atau *usser name* dengan *password*”<sup>79</sup>

Selain itu menurut RF yang juga merupakan penjual *followers* instagram.

“Biasanya mesannya lewat *direct message* (DM) instagram atau lewat nomor *whatssap* yang sudah tertera pada akun instagram. Terus biasanya pembeli menanyakan harga, disitu kita jelaskan terlebih dahulu sebelum mereka melakukan pembayaran. Jadi kita jelaskan kelebihan dan kekurangan sampai resiko nya nanti seperti apa, semua ketentuan kita berikan tanpa ada yang di tutup-tutupi, lalu jika kita sudah berikan ketentuan dan pembeli mengerti dan menyetujui ketentuan yang kita berikan pembeli tinggal melakukan pembayaran via transfer setelah itu baru kita proses. kita proses tanpa *password* jadi akun pembeli tetap aman. karna kita tidak punya akses *login* ke akun pembeli. Jika *followers* sudah terkirim kita akan konfirmasi ke pembeli, bahwa pesanan sudah selesai. Lalu jika pesanan tidak masuk di karnakan server mungkin lagi *delay* kita pun sedia *refund* uang ke pembeli jika pembeli itu meminta *refund*.”<sup>80</sup>

<sup>79</sup> VG, pemilik akun @Juallike.jualfollowers, Wawancara (23 Maret 2020).

<sup>80</sup> RF, pemilik akun @Kiossosmed.id, Wawancara, ( 24 Maret 2020).

Menurut hemat peneliti, hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwasanya, proses pemesanan dalam transaksi jual beli *followers* dapat dilakukan dengan cara menghubungi akun penjual *followers* instagram melalui atau menghubungi nomor yang sudah tertera pada akun yang menawarkan jasa penambah *followers* instagram. Suatu transaksi jual beli dapat dikatakan sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat. Dalam praktiknya penawaran akan dilakukan oleh jasa penambah *followers*, setelah itu transaksi jual beli akan dilakukan setelah adanya suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang atau jasa, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan sesuai kesepakatan.

## 2. Proses pengambilan akun *followers*.

Proses mendapatkan akun yang dilakukan oleh penjual *followers* dalam transaksi jual beli *followers* instagram berdasarkan hasil wawancara terhadap pihak penyedia jasa penambah *followers*, diantaranya:

Menurut VG sebagai penjual *followers* Instagram.

“Cara yang dapat digunakan oleh penjual *followers* dalam memperoleh *followers* biasanya adalah dengan menggunakan aplikasi penambah *followers* yaitu hublagram. Langkah-langkah yang dilakukan untuk *login* adalah sebagai berikut:

1. Memasukkan *user name* dan *password*
2. Memasukkan *security code* yang sudah ditentukan
3. Setelah berhasil *login* maka tahap berikutnya adalah memilih apa yang akan ditambahkan di akun pembeli,

seperti opsi memilih, apakah *followers*, *likes*, atau *comment*.”<sup>81</sup>

Selain itu menurut RF yang juga merupakan penjual *followers* instagram.

“Biasanya *followers* diperoleh dari aplikasi combin atau hublagram nah itu berasal dari akun orang yang telah berlangganan dengan aplikasi hublagram dan akun *bot* yang di masukkan kedalam aplikasi. Biasanya orang yang berlangganan tersebut adalah orang-orang yang menjual *followers*. Untuk mendapatkan *followers* yang akan diperjualbelikan biasanya dengan cara gratis dan hanya bisa mendapatkan 100 *followers* dalam sekali pemakaian”<sup>82</sup>

Menurut hemat peneliti, hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwasanya, proses dalam mendapatkan akun *followers* yang dilakukan oleh penjual *followers* sebelum diperjualbelikan yaitu dengan cara menggunakan suatu aplikasi atau *software* dimana aplikasi tersebut didapatkan secara gratis. Apabila dikaji menggunakan teori hak kepemilikan, seseorang harus melakukan beberapa cara untuk mendapatkan hak kepemilikan diantaranya yaitu dengan cara menguasai benda-benda mubah, adanya proses akad, adanya *khilafah* atau penggantian hak kepemilikan, dan *al-tawallud* (anak pinak atau berkembang biak). Dalam praktiknya jasa penambah *followers* tidak melakukan salah satu syarat yang dapat dilakukan untuk mendapatkan suatu hak kepemilikan. Penyedia jasa penambah *followers* hanya menggunakan aplikasi dan melakukan beberapa cara untuk *login* kemudian mendapatkan *followers* yang di inginkan dimana *followers* yang didapatkan tersebut tanpa sepengetahuan pemilik akun.

<sup>81</sup> VG, pemilik akun @Juallike.jualfollowers, Wawancara (27 Juni 2020).

<sup>82</sup> RF, pemilik akun @Kiossosmed.id, Wawancara, ( 27 Juni 2020).



### 3. Proses akad

Proses akad dalam transaksi jual beli *followers* instagram berdasarkan hasil wawancara terhadap pihak penyedia jasa penambah *followers*, diantaranya:

Menurut RF sebagai penjual *followers* instagram.

"Biasanya pembeli memberitahu berapa jumlah *followers* yang akan dipesan kemudian saya memberi tahu nominal harganya, dan saya biasanya memberi tahu konsekuensi yang akan didapatkan. Konsekuensinya kalau *followers* aktif mereka bisa *unfollow* kalau *followers* pasif, bisa dihapus oleh pihak instagram, nah dari situ *followers* bisa berkurang. Kalau pembeli setuju dengan ketentuan tersebut maka pembeli tidak boleh komplain apabila hal tersebut terjadi . karena kita jualan tidak paksa mereka membeli, jadi supaya sama-sama tahu dan menyetujui. Kemudian jika sudah dijelaskan dan sudah sepakat maka proses akan dilanjutkan. Pembeli membayar melalui via transfer kemudian sya memproses untuk menambahkan jumlah *followers* sesuai permintaan pembeli".<sup>83</sup>

Menurut hemat peneliti, dalam transaksi jual beli *followers* instagram penjual *followers* menyatakan tentang konsekuensi yang akan diterima pembeli, dimana apabila yang dibeli merupakan *followers* aktif maka akun tersebut bisa melakukan *unfollow* (berhenti mengikuti), jika *followers* pasif, bisa dihapus oleh pihak instagram, dari situ *followers* bisa berkurang pada akun orang yang menggunakan pembelian *followers* pasif (*boot followers*). Pelaksanaan akad terjadi apabila pembeli *followers* telah menerima konsekuensi yang didapatkan jika menggunakan jasa penambah *followers*. Transaksi jual beli *followers* instagram akan dilaksanakan apabila telah terjadi kesepakatan antara para

---

<sup>83</sup> RF, pemilik akun @Kiossosmed.id, Wawancara, ( 24 Maret 2020).



pihak yang akan melakukan transaksi. Adanya keterbukaan tersebut dilakukan agar tidak adanya komplain oleh calon pembeli, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan dalam transaksi tersebut.

### 3. Proses penambahan *followers*.

Proses penambahan *followers* dalam transaksi jual beli instagram berdasarkan hasil wawancara terhadap pihak penyedia jasa penambah *followers*, diantaranya:

Menurut VG sebagai penjual *followers* instagram.

“Kalau bayar biasanya lewat transfer kak, atau lewat via pulsa tapi seringnya sih pakai transfer, nah kalau pembeli sudah setuju dan sudah bayar sesuai kesepakatan, baru kita bisa proses penambahan kak. Caranya ya masuk memakai sistem *software* tersendiri untuk penambahan jumlah *followers*, dengan cara memasukan *username* atau *id* gitu kemudian masukan *password* sampai *login*, kemudian sesudah *login* barulah pilih apa yang mau ditambahkan, kemudian masukan jumlah penambahannya, ya sesuai yang di pesan pembeli biasanya *followers* aktif itu objeknya bukan milik saya, itu kan akun orang lain jadi itu diambil lewat aplikasi secara acak dan tanpa sepengetahuan pemilik yang akunnya ditambahkan”<sup>84</sup>

Selain itu menurut AH yang juga merupakan penjual *followers* instagram.

“Bayarnya lewat transfer, bisa juga pakai pulsa. Caranya dengan menggunakan aplikasi berbayar, dengan cara memasukan *id* pengguna kemudian sama *password* sampai *login* kemudian baru masukan jumlah *followers* yang akan ditambahkan sesuai dengan permintaan pembeli dan *followers* aktif itu kan akun *real* jadi itu kepemilikannya bukan kepemilikan saya, jadi kalau dibilang itu kepemilikan orang lain yang diambil lewat aplikasi penambah *followers* dengan acak, jadi pemilik akunnya tidak

---

<sup>84</sup> VG, pemilik akun @Juallike.jualfollowers, Wawancara, (23 Maret 2020).

tau kalau misalnya ditambahkan ke akun yang pembeli tadi”.<sup>85</sup>

Menurut peneliti, proses dalam transaksi jual beli *followers* instagram tidak jauh berbeda dengan jual beli *online* pada umumnya, dimana dari proses pemesanan, proses tawar menawar hingga adanya suatu kesepakatan, pembayaran hingga penyerahan objek yang diperjualbelikan. Hanya saja jika dalam jual beli *followers* ini objek yang diperjualbelikan adalah jasa dari proses penambahan *followers* kepada akun yang menggunakan jasa penambah *followers*.

Dalam praktiknya, jika dilihat dari objek yang diperjualbelikan, akun *followers* yang ditambahkan kepada pengguna jasa penambah *followers* merupakan akun instagram milik orang lain, dan tanpa sepengetahuan oleh pemilik akun. Menurut peneliti apabila dikaji menggunakan teori hak kepemilikan maka praktik yang dilakukan oleh jasa penambah *followers* tersebut tidak sesuai dengan teori hak kepemilikan yang menjelaskan bahwa kepemilikan adalah pengkhususan terhadap suatu benda sesuai dengan keinginannya selama tidak ada larangan *syara'* serta menghalangi orang lain untuk bertindak hukum terhadap kepemilikannya. Artinya, benda yang dikhususkan kepada seseorang sepenuhnya berada dalam penguasaannya sehingga orang lain tidak bisa bertindak dan memanfaatkannya tanpa izin dan sepengetahuan pemilik. Ketika akun tersebut milik orang lain maka harus atas izin

---

<sup>85</sup> AH, pemilik akun @jual\_follower-murah, Wawancara, (24 Maret 2020).

pemilik akun. Namun, pada praktiknya penyedia jasa penambah *followers* tidak memiliki secara penuh akun-akun yang ditambahkan.

Peneliti memiliki perspektif bahwa dalam pembahasan ini, apabila dikaji menggunakan teori *saad az-zari'ah* maka dapat diketahui bahwa pengambilan akun *followers* media sosial instagram apabila dilihat dari objek akad yang akan diperjualbelikan berupa *followers* di media sosial instagram, objek akad tersebut bukan dari kepemilikan penjual dan tanpa sepengetahuan dari orang yang mempunyai akun instagram tersebut. Selain itu penjual *followers* mendapatkan akun instagram hanya menggunakan sebuah *software* atau aplikasi kemudian *followers* tersebut secara otomatis akan bertambah ke dalam akun instagram penjual *followers*. Jenis *real human followers* objek tersebut bisa saja menghilang sewaktu-waktu dikarenakan pemilik akun *unfollow* akun yang telah ditambahkan jasa penambah *followers*. Di dalam praktik jual beli *followers* yang diperjualbelikan objek tersebut bukan barang yang dimiliki oleh penjual sepenuhnya, karena objek *followers* yang diperjualbelikan bersifat sementara, dimana pemilik akun bisa *unfollow* kapan saja ketika pemilik akun sadar bahwa akunnya tiba-tiba *following* akun orang lain secara otomatis.

Peneliti memiliki perspektif bahwa apabila dilihat dari segi kemanfaatannya jual beli *followers* instagram tidak mengandung manfaat, yaitu sebaliknya lebih banyak mengandung kemudhratan di dalamnya. Ketika seorang melakukan transaksi jual beli *followers* kemudian

memanfaatkan banyaknya *followers* untuk mengiklankan barang, *personal branding*, bahkan untuk mempopulerkan diri adalah sebuah kebolehan apabila ada kemanfaatannya dan tidak melanggar syarat Islam. Namun, yang menjadi permasalahan ialah adanya pihak yang dirugikan yaitu pemilik akun yang akunnya ditambahkan kepada pembeli *followers* dan tanpa sepengetahuan pemilik akun tersebut, sehingga transaksi dari jual beli tersebut harus di *sadd*. *Sadd* berarti menutup dan yang dimaksud dengan *sadd az-zari'ah* ialah mencegah sesuatu perbuatan agar tidak sampai menimbulkan *mafsadah* (keburukan).<sup>86</sup> hal ini sesuai dengan kaidah *ushul fiqh*:

دَرْءُ الْمَفَاسِدِ أَوْلَى مِنْ جَلْبِ الْمَصَالِحِ

Artinya: “Menghindarkan kerusakan lebih utama dibandingkan mendatangkan kebaikan”.<sup>87</sup>

Apabila suatu perbuatan bebas dari unsur kerusakan (*mafsadah*), namun jika perbuatan itu merupakan jalan atau sarana terjadi suatu kerusakan (*mafsadah*), maka kita harus mencegah perbuatan tersebut.<sup>88</sup> Oleh sebab itu jual beli *followers* instagram apabila dikaji dengan teori *sadd az-zari'ah* seharusnya penjual *followers* memberikan informasi kepada pemilik akun yang akan ditambahkan dan dengan sepengetahuan pemilik akun, sehingga, transaksi jual beli yang dilakukan terhindar dari pihak yang dirugikan yakni pemilik akun instagram.

<sup>86</sup> Abd. Rahman Dahlan, *Ushul Fiqh*, (Jakarta: Amzah, 2010), 236.

<sup>87</sup> A. Dzazuli, *Kaidah-Kaidah Fiqih*, (Jakarta: Kencana, 2016), 131.

<sup>88</sup> Ibid.

## **B. Perlindungan Hukum Terhadap Pemilik Akun Instagram yang Diperjualbelikan Jasa Penambah *Followers* Instagram**

Akun instagram adalah akun yang dibuat oleh pengguna suatu sosial media *online* untuk dapat masuk ke dalam aplikasi instagram. Sebelum dapat mengakses dan menggunakan fitur-fitur yang ada di dalam instagram maka pengguna diharuskan untuk melakukan registrasi pada aplikasi instagram tersebut dengan melakukan pendaftaran, dengan cara memasukkan berbagai data pribadi pemilik akun ke dalam setiap kolom yang disediakan, serta alamat *e-mail* yang akan digunakan sebagai konfirmasi atas akun yang dibuat oleh pengguna. Selain itu pemilik akun juga diharuskan membuat sebuah *username* dan *password* yang akan digunakan untuk mengakses aplikasi instagram.

Pemanfaatan internet dalam berbagai bidang kehidupan tidak saja membuat segala sesuatunya menjadi lebih mudah, namun juga melahirkan sejumlah permasalahan termasuk masalah hukum. Salah satu masalah hukum yang muncul adalah masalah yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi (*the protection of privacy rights*).<sup>89</sup>

Informasi dan data menjadi dua bahasan yang muncul ketika pembahasan terkait dengan privasi dari pribadi seseorang. Kedua kata tersebut memiliki pengertian yang berbeda, dimana data merupakan susunan dari beberapa informasi dengan maksud untuk disimpan dalam bentuk data dan bertujuan untuk diproses berulang kali untuk menciptakan suatu

---

<sup>89</sup> Asril Sitompul, *Hukum Internet: Pengenalan Mengenai Masalah Hukum di Cyberspace*, (Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2001), 25.



informasi yang baru dari data tersebut, dengan kata lain data merupakan fakta-fakta kasar atau tidak memiliki makna yang harus diolah kembali untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Informasi adalah makna data itu sendiri bagi manusia.<sup>90</sup>

Simson Garfunkel dalam hal ini mengelompokkan unsur-unsur informasi pribadi ke dalam 5 kategori yakni:<sup>91</sup>

1. *Personal Information*, yaitu informasi yang berkaitan dengan seseorang diantaranya; nama, tempat dan tanggal lahir, sekolah, nama orang tua dan lain-lain.
2. *Private Information*, yaitu informasi yang berkaitan dengan seseorang namun tidak secara umum diketahui dan beberapa diantaranya dilindungi oleh hukum. Contoh: transkrip akademik, catatan perbankan dan lain-lain.
3. *Personally Identifiable Information*, yaitu informasi yang diturunkan yang berasal dari seseorang berupa kebiasaan, hal-hal yang disukai dan lain-lain.
4. *Anonymized Informasion*, yaitu informasi yang berkaitan dengan seseorang yang telah dimodifikasi sedemikian rupa sehingga informasi tersebut bukan merupakan informasi yang sebenarnya.
5. *Aggregate Informasion*, yaitu informasi statistik yang merupakan gabungan dari beberapa individu.

Menurut hemat peneliti, akun instagram telah memiliki unsur-unsur yang menyatakan bahwa akun instagram merupakan data pribadi atau

---

<sup>90</sup> Shinta Dewi, *Perlindungan Privasi Atas Informasi Pribadi Dalam E-Commerce Menurut Hukum Internasional*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), 36.

<sup>91</sup> Ibid., 38-39.



informasi pribadi, sebab dalam akun instagram seseorang terdapat unsur *personal information*, yaitu informasi yang berkaitan dengan seseorang diantaranya; nama, tempat dan tanggal lahir, sekolah, nama orang tua dan lain-lain hal ini dapat dilihat pada *profile* akun instagram seseorang. Selain itu, akun instagram juga mengandung unsur *personally identifiable information*, yaitu informasi yang diturunkan yang berasal dari seseorang berupa kebiasaan, hal-hal yang disukai, hal ini dapat dilihat dari postingan akun instagram. Seseorang yang mempunyai akun instagram memiliki kebebasan dalam menyebarluaskan dan/atau tidak menyebarluaskan data dan/atau informasi akun miliknya. Oleh sebab itu, hak atas akun instagram harus dilindungi oleh hukum sehingga dalam mengaksesnya atau menyebarkannya harus atas persetujuan dan atas izin dari pemilik resmi akun yang memiliki informasi data pribadi tersebut. Jika dilihat dalam UU ITE bahwa terkait dengan perlindungan data pribadi dari penggunaan tanpa izin, yang diatur Pasal 26 UU ITE mensyaratkan bahwa penggunaan setiap data pribadi dalam sebuah media elektronik harus mendapat persetujuan pemilik data bersangkutan. Setiap orang yang melanggar ketentuan ini dapat digugat atas kerugian yang ditimbulkan. Perlindungan data pribadi dalam sebuah sistem elektronik di UU ITE meliputi perlindungan dari penggunaan tanpa izin, perlindungan oleh penyelenggara sistem elektronik, dan perlindungan dari akses dan interferensi ilegal.

Perlindungan hukum merupakan upaya untuk memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan

perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum atau dengan kata lain perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.<sup>92</sup>

Data pribadi adalah data perseorangan tertentu yang disimpan, dirawat dan dijaga kebenarannya serta dilindungi kerahasiaannya.<sup>93</sup> Permasalahan yang timbul adalah tentang penyalahgunaan teknologi informasi untuk kepentingan oknum tertentu yang disebut (*cyber crime*) yang mengakibatkan kerugian bagi orang lain. Salah satu bentuk kejahatan siber adalah kejahatan terhadap data pribadi yang dimiliki oleh seseorang contohnya seperti akun media sosial.<sup>94</sup>

Penggunaan akun media sosial tidak terlepas dari adanya data pribadi atau informasi pribadi, oleh karena itu perlu adanya perlindungan hukum terhadap hal tersebut sehingga tidak ada pihak yang dirugikan. Salah satu media sosial yang saat ini banyak digemari khususnya kalangan remaja adalah instagram. Instagram tidak terlepas dari adanya *followers*. *Followers* instagram merupakan cara untuk membuat seseorang tertarik pada suatu akun instagram, sehingga tidak heran jika seseorang melakukan beberapa cara agar mendapatkan banyak *followers* pada akun instagram yang dimilikinya. Berkaitan dengan hal tersebut, maka ada beberapa oknum yang menjadikan

---

<sup>92</sup> Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2000), 74.

<sup>93</sup> Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2013 tentang Administrasi Kependudukan.

<sup>94</sup> Agus Raharjo, *Cyber Crime*, (Bandung: Citra Adi Karya, 2002), 6.

hal tersebut sebagai peluang bisnis, yaitu dengan cara menawarkan jasa penambah *followers*.

Penjual *followers* dalam transaksinya hanya menggunakan sebuah *software* untuk melakukan penambahan, kemudian akun-akun instagram yang menjadi objek jual beli tersebut secara otomatis akan bertambah pada akun instagram pembeli *followers*. Dalam hal ini penjual *followers* tidak memiliki secara penuh akun yang diperjualbelikannya serta tanpa sepengetahuan dan kerelaan pemilik akun yang akunnya ditambahkan kedalam *followers* orang yang menggunakan jasa penambah *followers*. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Pasal 26 pada ayat (1) dijelaskan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan. Pada ayat (2) dijelaskan, setiap orang yang melanggar haknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan berdasarkan undang-undang ini.<sup>95</sup>

Menurut hemat peneliti bahwa praktik transaksi jual beli *followers* yang dilakukan oleh jasa penambah *followers* telah melanggar ketentuan tentang perlindungan data pribadi, dimana dalam sebuah sistem elektronik yang diatur dalam UU ITE meliputi perlindungan dari penggunaan tanpa izin, perlindungan oleh penyelenggara sistem elektronik, dan perlindungan dari akses dan interferensi ilegal yang dilakukan oleh seseorang terhadap akun milik orang lain. Perlindungan data pribadi dari penggunaan tanpa izin, dari

---

<sup>95</sup> Tim Redaksi BIP, *Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017), 10.

penjelasan pasal di atas mensyaratkan bahwa penggunaan setiap data pribadi dalam sebuah media elektronik harus mendapat persetujuan pemilik data bersangkutan. Oleh karena itu, setiap orang yang melanggar ketentuan ini dapat digugat atas kerugian yang ditimbulkan.

Praktik jual beli *followers* instagram yang dilakukan oleh jasa penambah *followers*, penjual *followers* hanya menggunakan sebuah *software* untuk melakukan penambahan, kemudian akun-akun instagram yang menjadi objek jual beli tersebut secara otomatis akan bertambah pada akun instagram pembeli *followers*. Dalam hal ini pemilik akun yang akun instagramnya ditambahkan tidak mengetahui. Perlindungan data pribadi dalam sistem elektronik mencakup perlindungan terhadap perolehan, pengumpulan, pengolahan, penganalisisan, penyimpanan, penampilan, pengumuman, pengiriman, penyebaran, dan pemusnahan data pribadi. Dalam melaksanakan ketentuan tersebut harus berdasarkan asas perlindungan data pribadi yang baik, yang meliputi:<sup>96</sup>

1. Penghormatan terhadap data pribadi sebagai privasi
2. Data pribadi bersifat rahasia sesuai persetujuan dan/atau berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan
3. Berdasarkan persetujuan
4. Relevansi dengan tujuan perolehan, pengumpulan, pengolahan, penganalisisan, penyimpanan, penampilan, pengumuman, pengiriman, dan penyebaran

---

<sup>96</sup> Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik, Pasal 2 Ayat (1) dan (2).

5. Kelaikan sistem elektronik yang digunakan
6. Itikad baik untuk segera memberitahukan secara tertulis kepada pemilik data pribadi atas setiap kegagalan perlindungan data pribadi
7. Ketersediaan aturan internal pengelolaan perlindungan data pribadi
8. Tanggung jawab atas data pribadi yang berada dalam penguasaan pengguna
9. Kemudahan akses dan koreksi terhadap data pribadi oleh pemilik data pribadi
10. Keutuhan, akurasi, dan keabsahan serta kemutakhiran data pribadi.<sup>97</sup>

Menurut hemat peneliti, bahwa jasa penambah *followers* telah melanggar ketentuan Pasal 2 Ayat (1) dan (2) Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik. Jasa penambah *followers* dalam praktiknya telah melakukan pengiriman dan penyebarluasan tentang data pribadi pemilik akun instagram tanpa sepengetahuan dan tanpa persetujuan pemilik akun instagram yang dipejualbelikan jasa penambah *followers*. Selain itu, informasi pribadi pemilik akun instagram secara penuh berada pada pemilik akun sehingga pengiriman dan penyebarluasan atas akun instagram harus atas sepengetahuan dan persetujuan pemilik akun instagram.

Menjaga keamanan dan kerahasiaan data dalam suatu jaringan komputer seperti akun instagram, diperlukan beberapa jenis enkripsi agar data tidak dapat dibaca atau dimengerti oleh sembarangan orang kecuali untuk

---

<sup>97</sup> Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik, Pasal 2 Ayat (1) dan (2).



penerima yang berhak. Perlindungan hukum terhadap akun yang diperjualbelikan jasa penambah *followers* instagram bertujuan untuk :

1. Melindungi data agar tidak dapat dibaca, diakses atau disebarkan oleh orang-orang yang tidak berhak.
2. Mencegah agar orang-orang yang tidak berhak, tidak menyisipkan atau menghapus data.<sup>98</sup>

Menurut hemat peneliti, perlindungan hukum terhadap akun yang diperjualbelikan jasa penambah *followers* instagram apabila dilihat dari aturan yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi di Indonesia masih lemah dan bersifat umum karena aturannya termaktub dalam beberapa peraturan perundang-undangan yang terpisah dan hanya menggambarkan konsep perlindungan data pribadi secara general dan aturan yang hanya dituangkan dalam bentuk Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Beberapa aturan Undang-Undang yang terpisah tersebut antara lain terdapat dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik No. 11 Tahun 2008, Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik.

Selain itu menurut hemat peneliti, apabila dikaji menggunakan teori perlindungan hukum represif yang merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran maka penjual

---

<sup>98</sup> Purwanto, *Penelitian Tentang Perlindungan Hukum Data Digital*, (Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2007), 42.



*followers* instagram telah melanggar ketentuan pasal 32 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi: (1) Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum dengan cara apa pun mengubah, menambah, mengurangi, melakukan transmisi, merusak, menghilangkan, memindahkan, menyembunyikan suatu informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik milik orang lain atau milik publik. (2) Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum dengan cara apa pun memindahkan atau mentransfer informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik kepada sistem elektronik orang lain yang tidak berhak. Sesuai dengan pasal tersebut diatas maka penjual *followers* dapat dituntut dengan pasal 48 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi: (1) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 8 (delapan) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). (2) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 9 (sembilan) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 3.000.000.000,00 (tiga miliar rupiah).

Peneliti memiliki perspektif bahwa praktik jual beli *followers* instagram apabila dikaji menggunakan teori perlindungan hukum preventif yang merupakan perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu

pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban maka peraturan-peraturan mengenai perlindungan hukum terhadap akun yang diperjualbelikan jasa penambah *followers* instagram yang di dalamnya mencakup perlindungan data pribadi telah diatur dalam beberapa pasal di UU ITE dan juga PERMENKOMINFO. Meskipun demikian, pasal-pasal yang mengatur tentang perlindungan hukum memang belum memuat aturan perlindungan data pribadi secara tegas dan komprehensif namun secara tidak langsung Undang-Undang dan peraturan ini melahirkan pemahaman baru mengenai perlindungan terhadap keberadaan suatu data atau informasi elektronik baik yang bersifat umum maupun pribadi. Perlindungan data pribadi dalam sebuah sistem elektronik dalam UU ITE maupun PERMENKOMINFO meliputi perlindungan dari penggunaan tanpa izin, perlindungan oleh penyelenggara sistem elektronik, dan perlindungan dari akses dan interferensi ilegal. Terkait dengan perlindungan data pribadi dari penggunaan tanpa izin, Pasal 26 UU ITE menyebutkan bahwa penggunaan setiap data pribadi dalam sebuah media elektronik harus mendapat persetujuan pemilik data bersangkutan. Setiap orang yang melanggar ketentuan ini dapat digugat atas kerugian yang ditimbulkan.<sup>99</sup> Selain itu dalam Pasal 2 ayat 1 PERMENKOMINFO dijelaskan bahwa perlindungan data pribadi dalam sistem elektronik mencakup perlindungan terhadap perolehan, pengumpulan, pengolahan, penganalisisan, penyimpanan, penampilan, pengumuman, pengiriman, penyebarluasan, dan pemusnahan

---

<sup>99</sup> Pasal 26 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik No. 11 Tahun 2008

data pribadi dalam melaksanakan ketentuan tersebut harus berdasarkan asas perlindungan data pribadi yang baik.<sup>100</sup> Pada dasarnya ketentuan dalam pasal ini memuat dua dasar legitimasi pemrosesan data pribadi yaitu atas *consent* (persetujuan) orang yang bersangkutan dan atas norma hukum positif atau peraturan perundang-undangan.



---

<sup>100</sup> Pasal 2 ayat (1) Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang perlindungan hukum terhadap akun yang diperjualbelikan jasa penambah *followers* instagram dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Praktik pengambilan akun dalam penjualan *followers* di media sosial instagram yaitu dengan menggunakan sebuah *software* atau aplikasi kemudian *followers* tersebut secara otomatis akan bertambah ke dalam akun instagram penjual *followers*. Apabila dikaji menggunakan teori hak kepemilikan, seseorang harus melakukan beberapa cara untuk mendapatkan hak kepemilikan yaitu dengan cara menguasai benda-benda mubah, adanya proses akad, adanya *khilafah* atau penggantian hak kepemilikan, dan *al-tawallud* (anak pinak atau berkembang biak). Dalam praktiknya jasa penambah *followers* tidak melakukan salah satu syarat yang dapat dilakukan untuk mendapatkan suatu hak kepemilikan. Apabila dikaji dengan teori *sadd az-zari'ah* transaksi dari jual beli tersebut harus di *sadd*, *sadd* berarti menutup dimana mencegah sesuatu perbuatan agar tidak sampai menimbulkan *mafsadah* (keburukan) sehingga transaksi jual beli yang dilakukan terhindar dari pihak yang dirugikan yakni pemilik akun instagram.
2. Perlindungan hukum terhadap akun yang diperjualbelikan jasa penambah *followers* instagram telah dijelaskan dalam Undang-Undang Informasi dan

Transaksi Elektronik dalam Pasal 26 ayat (1) dan (2) . Praktik transaksi jual beli *followers* yang dilakukan oleh jasa penambah *followers* telah melanggar ketentuan tentang perlindungan data pribadi karena akun yang diperjualbelikannya tanpa sepengetahuan dan kerelaan pemilik akun yang akunnya ditambahkan kedalam *followers* orang yang menggunakan jasa penambah *followers*. Selain itu perlindungan hukum terhadap akun yang diperjualbelikan jasa penambah *followers* instagram dijelaskan dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik, Pasal 2 Ayat (1) dan (2) dimana penambah *followers* dalam praktiknya telah melakukan pengiriman dan penyebarluasan tentang data pribadi pemilik akun instagram tanpa sepengetahuan dan tanpa persetujuan pemilik akun instagram yang diperjualbelikan jasa penambah *followers*. Pasal-pasal yang mengatur tentang perlindungan hukum memang belum memuat aturan perlindungan data pribadi secara tegas dan komprehensif. Perlindungan data pribadi dalam sebuah sistem elektronik dalam UU ITE maupun PERMENKOMINFO meliputi perlindungan dari penggunaan tanpa izin, perlindungan oleh penyelenggara sistem elektronik, dan perlindungan dari akses dan interferensi ilegal. Pada dasarnya ketentuan ini memuat dua dasar legitimasi pemrosesan data pribadi yaitu atas *consent* (persetujuan) orang yang bersangkutan dan atas norma hukum positif atau peraturan perundang-undangan.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat peneliti sarankan mengenai beberapa hal sebagai berikut:

1. Semakin berkembangnya teknologi dan informasi yang menjadikan *e-commerce* sebagai salah satu sarana dalam bertransaksi jual beli maka sebagai pelaku usaha jasa harus memberikan informasi dan menyediakan jasa yang tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Pelaku usaha atau jasa dan konsumen diharapkan menjunjung nilai kejujuran dalam transaksi jual beli.
2. Pemerintah agar kiranya dapat mengambil peran untuk dapat mengawasi pelaksanaan perlindungan hukum terhadap kasus-kasus baru yang terjadi dalam transaksi *e-commerce*, seperti membuat peraturan khusus yang mengatur tentang hak dan kewajiban serta sanksi seseorang dalam mengakses suatu media sosial. Selain itu adanya wadah pengaduan khusus apabila ada oknum yang mengambil keuntungan atas kepemilikan akun media sosial seseorang.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Adi, Rianto. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, Jakarta: Granit, 2004.
- Al-Khatib, Syiekh Muhammad Syarbini. *Al-Iqna' Juz II*, Beirut, Libanon: Darul-Kitab Al-Ilmiyyah, 1994.
- Amiruddin, Zainal Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta : PT. Raja Garfindo Persada, 2010.
- Bisri, Cik Hasan. *Pilar-Pilar Penelitian Hukum Islam dan Pranata Sosial*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Dahlan, Abd. Rahman. *Ushul Fiqh*, Jakarta: Amzah, 2010.
- Dakhoir, Ahmad dan Itsla Yunisva Aviva. *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar (Refleksi Pemikiran Ibnu Taymiyah*, Karang Rejo: Laks Bang Pressindo, 2017.
- Dewi, Shinta. *Perlindungan Privasi Atas Informasi Pribadi Dalam E-Commerce Menurut Hukum Internasional*, Bandung: Widya Padjajaran, 2009.
- Djazuli, A. *Kaidah-kaidah Fikih*, Jakarta, Kencana, 2006.
- Echols. John M. dan Hassan Shadily. *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fajar, Mukti dan Achmad Yulianto. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015.
- Ghazaly, Abdul Rahman. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.

- Hadjon, Phillipus M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Huda, Qamarul. *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Teras, 2011.
- Mardani, *Hukum Perikatan Syariah Di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2013.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2005.
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2010.
- Muhammad, Abdulhadi. *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.
- Muhammad dan Lukman Fauroni. *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- Muslich, Ahmad Wardi. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Amzah, 2017.
- Purwanto, *Penelitian Tentang Perlindungan Hukum Data Digital*, Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2007.
- Rahardjo, Satjipto. *Teori Hukum Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi*, Yogyakarta: Genta Publishing, 2010.
- Raharjo, Agus. *Cyber Crime*, Bandung: Citra Adi Karya, 2002.
- Raharjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000.
- Rasyid, Sulaiman. *Fiqh Islam*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2014.
- Sabiq, Sayyid. *Fiqh Sunnah*, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006.
- Shidiq, Sapiudin. *Ushul Fiqh*, Jakarta: Kencana, 2011.

- Sitompul, Asril. *Hukum Internet: Pengenalan Mengenai Masalah Hukum di Cyberspace*, Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2001.
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2001.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Syafei, Rachmat. *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Tim Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani (PPHIMM), *Kompilasi hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Tim Redaksi BIP. *3 Kitab Undang-Undang KUHPer, KUHP, KUHP Beserta Penjelasannya*, Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017.
- Tim Redaksi BIP. *Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik* , Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017.
- Uman, Chaerul et al., *Ushul Fiqih 1*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2000.
- Utsman, Sabian . *Dasar-Dasar Sosiologi Hukum (Makna Dialog Antara Hukum dan Masyarakat)*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2011.
- Waluyo, Bambang. *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Jakarta : Sinar Grafika, 2009.
- Zazuli, A. *Kaidah-Kaidah Fiqih*, Jakrta; Kencana, 2016.
- Zed, Mestika. *Metode Penelitian Kepustakaan*, Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2004.

## **B. Penelitian/Jurnal Ilmiah**

Anisa, Nur. "Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli Followers, Likes dan Viewers Di Media Sosial Instagram" Skripsi-- Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2015.

Anwar, Rifky Fadillah. "Jual Beli Followers Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Wilayah Instagram Bengkulu)" Skripsi--IAIN Bengkulu, Bengkulu, 2019.

Jarisman, Aditya. "Jual Beli Followers Instagram menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perspektif Hukum Islam" Skripsi-- Tulungagung : IAIN Tulungagung, 2018.

Septiyani, Mustiqoh. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Followers di Media Sosial Instagram" Skripsi-- IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2017.

## **C. Lain-lain**

Undang -Undang Nomor 24 Tahun 2013 tentang Administrasi Kependudukan.

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik, Pasal 2 Ayat (1) dan (2).

Anonim. [http://elhunaefi.blogspot.co.id/2015/05/v-behaviorurldefaultvmlo\\_7.html](http://elhunaefi.blogspot.co.id/2015/05/v-behaviorurldefaultvmlo_7.html). 25 Maret 2020.

Anonim, <http://soeharfiati.blogspot.co.id/2011/03/teori-jual-beli.html/>. 26

Desember 2019.

Rizky, <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5d588c1cc649e/perlindungan-hukum-atas-privasi-dan-data-pribadi-masyarakat/>. 14

April 2020.

Triyas Aprilya, [http://e-journal.ilkom.fisip.unmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2017/01/jurnal%20cetak%20\(01-20-17-06-48-55\).pdf](http://e-journal.ilkom.fisip.unmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2017/01/jurnal%20cetak%20(01-20-17-06-48-55).pdf). 26 Desember 2019.

AH, pemilik akun @jual\_follower-murah. *Wawancara*. 24 Maret 2020.

RF, pemilik akun @Kiossosmed.id. *Wawancara*. 24 Maret 2020.

VG, pemilik akun @Juallike.jualfollowers. *Wawancara*. 23 Maret 2020.

